

EKOWISATA KULINER TRADISIONAL BETAWI



Dr. Dhian Tyas Untari. SE., MM. CRA

Editor : Budi Satria. ST., MM

Ekowisata merupakan jawaban dari setiap permasalahan dari pengembangan Mass Tourism yang seringkali malah memberi dampak yang kurang baik khususnya bagi ekologi.

Makanan adalah salah satu refleksi hubungan manusia dengan lingkungannya.

Buku ini merupakan sebuah referensi bagi pengembangan ekowisata kuliner khususnya Kuliner Tradisional Betawi, dimana Kuliner Betawi memiliki potensi yang sangat besar tetapi eksistensinya saat ini masih jauh dari optimal



Buku Ekowisata Kuliner Tradisional Betawi merupakan karya keempat dari penulis. Penulis lahir di Purworejo, 9 April 1981 saat ini aktif mengajar di beberapa Perguruan Tinggi di Jakarta. Selain aktif mengajar, penulis juga aktif dalam kegiatan penelitian dan publikasi baik dalam skala Nasional maupun Internasional. Saat ini penulis menjabat sebagai Komisaris pada PT Tribudhi Pelita Indonesia dan menjabat Direktur Utama pada PT Draf Solusi Indonesia

ISBN 978-623-94956-0-2



Penerbit Tribudhi Pelita Indonesia

EKOWISATA KULINER TRADISIONAL BETAWI

Dr. DHIAN TYAS UNTARI S.E.,M.M.,CRA



PT Tribudhi Pelita Indonesia

PENERBIT PT TRIBUDHI PELITA INDONESIA

EKOWISATA KULINER TRADISIONAL BETAWI

Penulis :
Dr. Dhian Tyas Untari S.E., M.M.,CRA

ISBN :
978-623-94956-0-2

Design Cover :
Budi Satria ST.,MM

Layout :
Budi Satria ST.,MM

Penerbit : Tribudhi Pelita Indonesia

Gedung Grand Slipi Tower Unit F Lantai 5
Jalan S. Parman – Palmerah
Jakarta

Email : admin@tribudhipelitaindonesia.com

Website : <https://www.tribudhipelitaindonesia.net/>
Phone : (021) 2986 6319

Cetakan pertama
2020

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang.
Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan cara
apapun tanpa ijin penerbit.

KATA PENGANTAR

Memperhatikan berbagai dinamika yang terjadi di DKI Jakarta, maka setidaknya terdapat empat aspek terkait masalah eksistensi Kuliner Tradisional Betawi, yaitu menyangkut aspek sosial masyarakat, aspek produk serta pemasaran, aspek manajerial dan aspek dukungan pemerintahan. Aspek sosial masyarakat terkait cara pandang Masyarakat Betawi terhadap Kuliner Tradisional Betawi. Masalah produk dan pemasaran terkait dengan penetrasi pasar Kuliner Tradisional Betawi yang kurang optimal pada saat ini dan peluang pasar yang belum termanfaatkan secara total. Masalah berikutnya adalah aspek manajerial yang terkait pada tata kelola sumber daya pendukung bisnis kuliner tradisional yang belum maksimal. Untuk mendukung keberlanjutan eksistensi Kuliner Tradisional Betawi memerlukan sebuah dukungan dari Pemerintah. Hal tersebut yang mendasari penyusunan buku Ekowisara Kuliner Tradisional Betawi. Dan alhamdulillah, penulis panjatkan puji syukur atas kehadiran Allah SWT karena buku ini telah selesai disusun. Penulis pun menyadari jika didalam penyusunan buku ini mempunyai kekurangan, namun penulis meyakini sepenuhnya bahwa sekecil apapun buku ini tetap akan memberikan sebuah manfaat bagi pembaca. Akhir kata untuk penyempurnaan buku ini, maka kritik dan saran dari pembaca sangatlah berguna untuk penulis kedepannya.

Jakarta, Oktober 2020

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
1. LATAR BELAKANG	1
2. SEJARAH PANJANG PERKEMBANGAN SUKU BETAWI	4
3. EKOLOGI LINGKUNGAN JAKARTA	10
4. HUTAN DAN KETERSEDIAAN SUMBER MAKANAN MASYARAKAT BETAWI	17
5. MAKANAN SEBAGIAN IDENTITAS BUDAYA BETAWI	25
6. BUDAYA MAKAN MASYARAKAT BETAWI	36
7. KULINER TRADISIONAL BETAWI DALAM FRAME SOSIAL MASYARAKAT	43
8. KETERSEDIAAN BAHAN BAKU PANGAN DI DKI JAKARTA	50
9. MEMETAKAN PENGETAHUAN NILAI SOSIAL BUDAYA KULINER BETAWI	53
10. EKSISTENSI PASAR KULINER TRADISIONAL BETAWI	53
11. POSITIONING PERMINTAAN KULINER TRADISIONAL BETAWI	54
12. POSITIONING PENAWARAN KULINER TRADISIONAL BETAWI	58
13. PERSEPSI, MOTIVASI DAN PREFERENSI STAKEHOLDER DALAM PENGEMBANGAN KULINER TRADISIONAL BETAWI	72
14. PENUTUP	80
DAFTAR PUSTAKA	

1. LATAR BELAKANG

Tingginya potensi kuliner sebagai penunjang kegiatan wisata bukan hanya karena fungsinya sebagai pemenuh kebutuhan pokok tetapi lebih jauh kuliner dapat digunakan sebagai alat politik dalam memperkenalkan budaya yang dimiliki kepada masyarakat dunia. Keragaman kebutuhan manusia terhadap kuliner saat ini semakin berkembang, bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan biologis semata, tapi saat ini kuliner juga menunjukkan posisi status ekonomi seseorang. Kuliner merupakan sebuah refleksi budaya dan hubungan yang terjadi antara manusia dan ekologi lingkungannya (Marten 2001).

Produksi kuliner akan sangat terkait dengan ketersediaan bahan baku kuliner yang disediakan oleh lingkungannya, dengan demikian pembahasan tentang kuliner tradisional Indonesia memiliki posisi yang sangat strategis. Tetapi dalam perkembangannya kuliner asing dan kuliner *fusion* semakin mempersulit mencari ceruk pasar bagi pengembangan kuliner tradisional Indonesia. Oleh sebab itu perlu sebuah penanganan yang intensif dan berkelanjutan dalam menangani dan mengembangkan kuliner di Indonesia, agar potensi kuliner yang ada di Indonesia dapat dikelola secara maksimal.

Makanan sebagai produk kuliner menjadi salah satu indikasi keberhasilan pembangunan yang berkelanjutan di sebuah negara, dimana penekanan terhadap pemenuhan kebutuhan pangan penduduk menjadi salah satu indikatornya. Penduduk sebagai salah satu objek pembangunan mengalami tren naik hingga mencapai 5,8 milyar (World Bank; 2013), hal ini juga terjadi di Indonesia dimana proyeksi peningkatan penduduk akan mencapai 1,38 persen pertahun (Bapenas; 2013). Populasi penduduk di Asia yang begitu besar mengakibatkan besarnya persentase konsumsi pangannya (Indonesia > 47%; Myanmar > 70,1%; Kamboja > 70%; Filipina > 47%; Thailand > 40%; Singapura > 20% dan; Vietnam > 50%). Sedangkan negara di Amerika dan Kanada dengan penduduk lebih dari 300 juta memiliki proporsi nilai konsumsi makanan kurang lebih 15%, Australia < 20% (FAO; 2014). Dengan demikian maka bisnis kuliner dengan menyediakan kebutuhan pangan memiliki peluang yang sangat besar, baik dimasa kini maupun masa akan datang.

Masuknya industri kuliner ke dalam bagian dari *roadmap* pengembangan industri kreatif di Indonesia merupakan kesadaran pemerintahan akan besarnya potensi ekonomi yang ada didalamnya. Subsektor kuliner menyumbangkan pendapatan terbesar bagi industri kreatif di Indonesia atau sekitar 32,2% dari total kontribusi industri kreatif terhadap PDB pada tahun 2011 (Investor Daily; 2012 dalam Susanti; 2014). Sektor industri ini mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan, dapat dilihat dari; peningkatan jumlah industri pangan yang mencapai 6,61 persen (Bps; 2013); pertumbuhan usaha restoran/rumah makan berskala menengah dan besar yang mencapai rata-rata 17 persen pertahun dengan proporsi tertinggi berada di DKI Jakarta yang mencapai jumlah 1361 pada tahun 2011 (Kemenparekraf; 2014).

Secara mikro pertumbuhan industri kuliner merupakan mata rantai kegiatan yang sangat panjang dan luas dari berbagai kegiatan yang menampung penyerapan tenaga kerja, terlihat bahwa ; rata-rata setiap restoran/rumah makan mempekerjakan 28 orang (Kemenparekraf; 2014). Dengan potensi ekonomi dari industri kuliner memberikan dampak yang cukup luas baik secara mikro maupun makro dan untuk menjaga keberlanjutan industri kuliner, maka pengembangan industri kuliner hendaknya mulai diarahkan pada pemanfaatan dan mengedepankan nilai-nilai kelokalan.

Indonesia merupakan negara yang luas dengan keragaman dan dengan kekayaan yang dimilikinya mempunyai probabilitas yang cukup tinggi untuk dapat menguasai pariwisata dunia melalui pengembangan kuliner tradisional. Nusantara dengan luasnya yang mencapai 1.990.250 km² terbentang dari Sabang sampai Marauke, terdiri dari lautan serta daratan dengan berbagai klasifikasinya, menyimpan kekayaan ragam kuliner tradisional yang sangat luar biasa. Hal ini cukup beralasan karena perbedaan karakter tanah di berbagai wilayah sangat berpengaruh pada keragaman sumber bahan pangan yang diolah oleh masyarakat (Eng, 1996), belum lagi prosesi masak, alat masak dan penyajian makanan yang berbeda antara satu suku dengan suku yang lain. Dapat kita bayangkan Indonesia memiliki ribuan pulau besar dan kecil yang berjumlah 13.466 pulau (Badan Informasi Geospasial; 2014) dimana didalamnya terdapat lebih dari 300 kelompok etnik dan 1.340 suku bangsa. Keragaman tersebut menambah panjang daftar kuliner tradisional yang dimiliki oleh Indonesia (Marliyati, SA; Dwi Hastuti and Tiurma Sinaga; 2013). Keanekaragaman kuliner yang dimiliki Indonesia merupakan sebuah aset maka akan sangat disayangkan jika dibiarkan terdistorsi dan terkikis oleh konsep modernisasi.

Diantara sekian banyak jenis kuliner tradisional, Kuliner Tradisional Betawi merupakan salah satu kuliner yang sangat menarik untuk dicermati secara lebih mendalam, mengingat budaya Betawi memiliki nilai historis dan nilai sosial yang cukup tinggi baik dalam perkembangan sosiologi budaya maupun dalam sejarah besar perkembangan Indonesia. Betawi merupakan penduduk asli Jakarta yang tinggal dan berkembang di wilayah DKI Jakarta, terbentuk sekitar abad ke-17 yang merupakan hasil dari campuran beberapa suku bangsa seperti Bali, Sumatera, Cina, Arab dan Portugis (Jakarta.go.id). Avenzora et al (2014) dalam penelitiannya menemukan kurang lebih terdapat 86 makanan khas Betawi, hanya sangat disayangkan eksistensi Kuliner Tradisional Betawi sebagai refleksi dari Budaya Betawi saat ini mulai tersisih. Konsep modernisasi membawa Kuliner Tradisional Betawi pada ambang kemusnahan, selain itu pandangan *xenosentrisme* membuat masyarakat Betawi sendiri kurang memiliki rasa kebanggaan terhadap Kuliner Tradisional Betawi, sedangkan masyarakat Betawi seharusnya dapat menjadi agen dalam pengembangan Kuliner Tradisional Betawi.

Positioning pasar Kuliner Tradisional Betawi yang mengalami *turn around* saat ini merupakan gambaran bahwa terdapat GAP antara potensi pasar yang ada dengan kemampuan dalam pengelolaan potensi tersebut. Betawi adalah salah satu suku yang memiliki variasi kuliner yang cukup banyak dan secara teori, Kuliner Tradisional Betawi memiliki potensi pengembangan yang cukup besar. Hal ini dapat dilihat dari jumlah populasi penduduk DKI Jakarta yang mencapai 10 juta jiwa ditambah populasi warga wilayah penyangga yang beraktifitas di DKI Jakarta sehingga kurang lebih total populasi di DKI Jakarta mencapai 20 juta (Avenzora et al, 2014). Tetapi kenyataannya potensi pasar yang ada di DKI Jakarta tidak dapat meningkatkan popularitas Kuliner Tradisional Betawi. Avenzora et al (2014) dalam penelitian menemukan bahwa tidak lebih dari setengah dari jumlah variasi Kuliner Tradisional Betawi yang dikenal dan dijual secara kontinu. Pengelolaan yang intensif dan profesional adalah hal yang dibutuhkan untuk mengembangkan eksistensi Kuliner Tradisional Betawi. Kuliner Tradisional Betawi saat ini kurang mendapatkan perhatian yang cukup sehingga variasi Kuliner Tradisional Betawi yang ada tidak seluruhnya dikenal oleh masyarakat.

Pengembangan Ekowisata Kuliner dengan berbasis pada nilai-nilai kelokalan memiliki posisi yang sangat strategis baik dalam hal pengembangan wilayah, konservasi budaya dan pemberdayaan masyarakat. Pariwisata secara umum memberikan peranan yang cukup besar dalam pengembangan sebuah wilayah baik dari segi ekonomi maupun sosial. Bahkan Trebicka (2016) dalam tulisannya menunjukkan bahwa di Albania, Wisata memberi kontribusi langsung diperkirakan 5,6% hingga 6,1% dari GNP hingga tahun 2024, dan di Indonesia sektor wisata merupakan lima besar sektor penyumbang devisa terbesar (Dewi, 2012). Hanya saja perkembangan ekowisata di setiap negara belum dipisahkan dari sektor wisata sehingga sulit untuk menghitung kontribusi riil sektor ekowisata bagi sebuah wilayah. Ekowisata berbasis kelokalan memiliki nilai yang sangat strategis dalam *intercultural dialogue*, perlindungan dan promosi kekayaan budaya baik yang *tangible* dan *intangible* (Urošević, 2012). Disisi lain, pengembangan ekowisata kuliner memiliki dampak *multiplier effect* yang cukup tinggi bagi masyarakat. Pengembangan ekowisata kuliner melibatkan berbagai *stakeholder*, dan pengembangan ekowisata kuliner memberikan dampak positif baik bagi masyarakat melalui serapan tenaga kerjanya, maupun dampak positif bagi ekologi baik ekologi manusia maupun ekologi lingkungan, walau tidak dapat dipungkiri bahwa kegiatan wisata dapat memberi dampak negatif bagi budaya dimana terjadinya degradasi nilai (Oktaviyanti, 2013). Terkait dengan kuliner tradisional, pengembangan kuliner tradisional *base on market view* akhirnya menjebak pada situasi hilangnya keotentikan sebuah kuliner, disisi lain *unthenticity* merupakan hal yang utama dalam pengembangan kuliner tradisional (Widyakusumastuti, 2014).

Berdasarkan latar belakang tersebut dinilai sangat perlu untuk memusatkan perhatian pada pengembangan ekowisata Kuliner Tradisional Betawi, mengingat Betawi merupakan cikal bakal budaya dan identitas budaya DKI Jakarta, selain itu pengembangan ekowisata Betawi akan memberikan dampak bagi masyarakat baik sebagai pengusaha maupun sebagai konsumen juga dapat mendorong keinginan masyarakat untuk melestarikan budaya dan lingkungannya, dimana keberlanjutan sebuah kuliner tradisional akan sangat tergantung pada ketersediaan alam sebagai pemasok bahan kuliner.

2. SEJARAH PANJANG PERKEMBANGAN SUKU BETAWI

Suku Betawi merupakan penghuni awal Kota Jakarta dan sekitarnya dimana eksistensi suku Betawi telah ada, sejak Zaman Prasejarah dan mendiami bagian utara Pulau Jawa sejak tahun 3.500-3.000 SM. Uka Tjandarasasmita (1977) monografinya "Jakarta Raya dan Sekitarnya Dari Zaman Prasejarah Hingga Kerajaan Pajajara". Setidaknya terdapat tiga pendapat yang menjelaskan asal usul Suku Betawi. Pendapat pertama, mengatakan bahwa Suku Betawi berasal dari hasil interaksi antaretnis dan bangsa di masa lalu yang didatangkan oleh Belanda ke Batavia, sehingga Suku Betawi disebut sebagai pendatang baru di Jakarta. Kelompok etnis ini lahir dari perpaduan berbagai kelompok seperti orang Sunda, Melayu, Jawa, Arab, Bali, Bugis, Makassar, Ambon, dan Tionghoa (Tjahjono 2003). Kemudian pendapat kedua, menurut sejarawan Sagiman MD etnis Betawi telah mendiami Jakarta dan sekitarnya sejak zaman batu baru atau pada zaman Neolitikum. Ia berpendapat bahwa penduduk asli Betawi adalah penduduk Nusa Jawa sebagaimana orang Sunda, Jawa, dan Madura. Dan pendapat ketiga, Lance Castles yang pernah melakukan penelitian tentang Penduduk Jakarta dimana jurnal penelitiannya diterbitkan tahun 1967 oleh Cornell University yang mengatakan bahwa secara biologis, mereka yang mengaku sebagai orang Betawi adalah keturunan kaum berdarah campuran aneka suku dan bangsa yang didatangkan oleh Belanda ke Batavia. Kelompok etnis ini lahir dari perpaduan berbagai kelompok etnis yang ada di Indonesia (Sunda, Melayu, Jawa, Bali, Bugis, Makassar, dan Ambon) maupun dari luar seperti Arab, India, Tionghoa dan Eropa. Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, kita dapat menarik kesimpulan bahwa keberadaan Kota Jakarta dari jaman-kejaman merupakan sebuah wilayah yang memiliki magnet tersendiri bagi berbagai suku bahkan negara di Dunia, hal ini dapat terlihat dari pendapat-pendapat yang menyatakan bahwa Suku Betawi adalah percampuran dari beberapa etnis di Indonesia bahkan percampuran etnis dari luar Indonesia.

Kata "Betawi" pada perkembangannya menjadi salah satu suku asli di Jakarta memiliki beberapa arti. Secara Etimologi dan mengacu pada pendapat beberapa ahli sejarah, bahwa kata Betawi adalah: Pitawi (Bahasa Melayu Polynesia Purba) yang artinya "Larangan." Kata ini mengacu pada kompleks situs di daerah "Batu Jaya," Karawang. Hal ini diperkuat oleh sejarawan Ridwan Saidi, dengan mengaitkan bahwa Kompleks Bangunan tersebut merupakan sebuah Kota Suci yang dahulunya tertutup. Berikutnya Kata Betawi (Bahasa Melayu Brunei) mempunyai makna giwang. Nama ini mengacu pada ekskavasi di Babelan, Kabupaten Bekasi. Dimana di wilayah ini hingga tahun 1990-an masih sempat ditemukan banyak giwang emas dari abad ke-11 M. Kemudian terdapat juga pendapat bahwa kata Betawi berasal dari nama Flora Guling Betawi (*Cassia Glauca*), Famili *Papilionaceae* adalah sejenis tanaman Perdu, yang kayunya bulat kokoh seperti guling, tetapi mudah diraut. Zaman

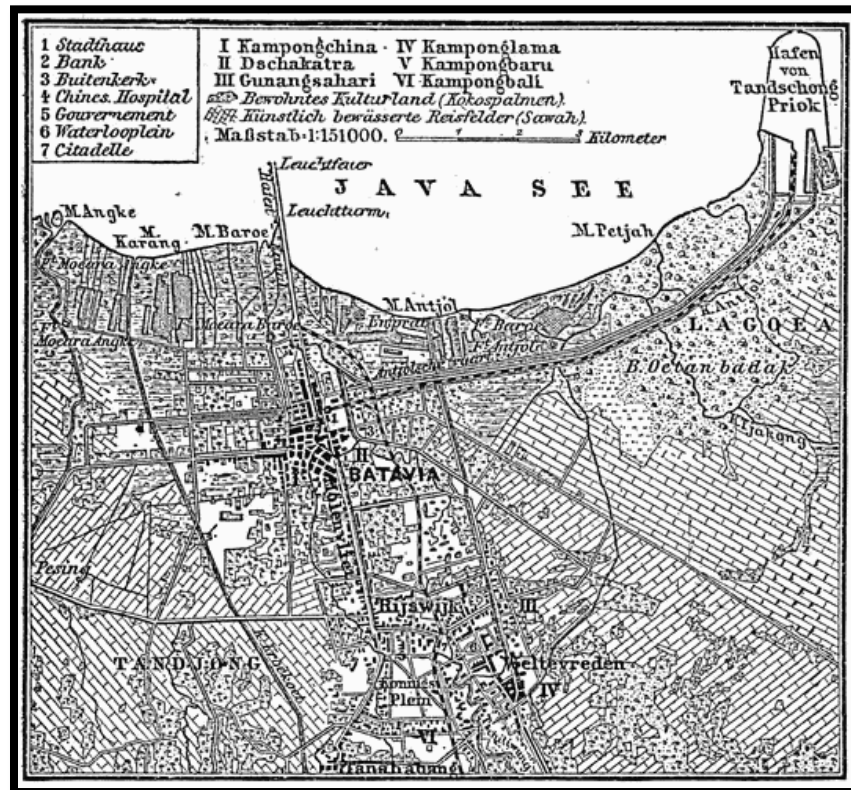
dulu jenis kayu ini banyak digunakan untuk pembuatan gagang senjata; keris atau gagang pisau. Tanaman ini banyak tumbuh di Nusa Kelapa, beberapa daerah di pulau Jawa dan Kalimantan.. Kemungkinan nama Betawi berasal dari jenis tanaman bisa jadi benar. Dan yang terakhir terdapat pendapat yang menyatakan bahwa kata Betawi berasal dari kata Batavia, selain Batavia adalah sebutan dari Jakarta pada masa penjajahan, masyarakat Belanda pada saat itu mencoba untuk melegitimasi Batavia menjadi sebuah status "Nenek Moyang" mereka, selanjutnya menyebut diri sebagai Orang Batavia.

Menurut garis besarnya wilayah Budaya Betawi dapat dibagi menjadi dua bagian yaitu Betawi tengah atau Betawi Kota dan Betawi pinggiran. Yang termasuk Betawi tengah atau Betawi Kota dapatlah disebutkan kawasan wilayah yang pada zaman akhir pemerintahan jajahan Belanda termasuk wilayah *Gemeente* Batavia, kecuali beberapa tempat seperti Tanjung Priuk dan sekitarnya (Sufianto, Sugino dan Andyni: 2015), sedangkan daerah-daerah diluar kawasan tersebut, baik yang termasuk wilayah DKI Jakarta apalagi daerah-daerah disekitarnya, merupakan wilayah Betawi pinggiran yang pada masa-masa yang lalu oleh orang Betawi Tengah suka disebut Betawi Ora. Berdasarkan penggunaan bahasa oleh penduduk "aslinya", ternyata bahwa wilayah yang dapat dianggap sebagai wilayah budaya Betawi itu meliputi seluruh wilayah DKI Jakarta, sebagian besar wilayah Bekasi, sebagian wilayah Bogor, sebagian wilayah Kecamatan Batu Jaya di Kabupaten Krawang dan sebagian wilayah Tangerang.

Berdasarkan wilayahnya, Masyarakat Betawi Pinggiran dikelompokkan dalam dua kelompok yaitu masyarakat Betawi Pinggiran Utaran dan Betawi Pinggiran Timur. Masyarakat Betawi Pinggiran Utara adalah mereka yang tinggal di daerah bagian utara Jakarta, bagian barat Jakarta dan juga Tangerang. Mereka sangat dipengaruhi oleh kebudayaan Cina. Sedangkan Masyarakat Betawi Pinggiran Timur adalah mereka yang tinggal di sebelah timur dan selatan Jakarta, Bekasi dan Bogor. Mereka sangat dipengaruhi oleh kebudayaan dan adat istiadat Sunda, Mereka umumnya berasal dari ekonomi kelas bawah. Kehidupan mereka umumnya lebih bertumpu pada bidang pertanian. Taraf pendidikan mereka sangat rendah bila dibandingkan orang Betawi Tengah

Timbulnya dua wilayah budaya Betawi disebabkan berbagai hal antara lain karena perbedaan perkembangan historis, ekonomi, sosiologis, perbedaan kadar dari unsur-unsur etnis yang menjadi cikal bakal penduduk setempat, termasuk kadar budaya asal suku masing-masing yang mempengaruhi kehidupan budaya mereka selanjutnya seperti halnya pendidikan. Di wilayah Betawi tengah sudah sejak awal abad ke sembilan belas terdapat prasarana pendidikan formal seperti sekolah-sekolah, demikian juga untuk pendidikan keagamaan. Apalagi sejak awal abad kedua puluh, setelah Pemerintah Jajahan Belanda melaksanakan apa yang disebut politik etis, yang penyelenggaraannya banyak

ditunjang oleh pemerintah Gemeente (Kota Praja) Batavia dengan luas sekitar 250 kilometer persegi. (www.Jakarta.go.id).



Sumber : Ensiklopedia Warga Jakarta
Gambar 1. Peta Batavia tahun 1888

Jakarta yang pada dahulu kala dikenal dengan nama Batavia/Batauia adalah nama yang diberikan oleh orang Belanda pada koloni dagang yang sekarang tumbuh menjadi Jakarta, ibu kota Indonesia. Batavia didirikan di pelabuhan bernama Jayakarta yang direbut dari kekuasaan Kesultanan Banten. Sebelum dikuasai Banten, bandar ini dikenal sebagai Kalapa atau Sunda Kalapa, dan merupakan salah satu titik perdagangan Kerajaan Sunda. Dari kota pelabuhan inilah VOC mengendalikan perdagangan dan kekuasaan militer dan politiknya di wilayah Nusantara. Dari sinilah sejarah panjang perkembangan Kota Jakarta bermula menjadi sebuah Kota besar dengan tingkat interaksi sosial yang sangat tinggi.

Sejarah Pemerintahan Kota Jakarta sekitar setengah abad pertama di abad 20, yang diawali dengan pembentukan *Gemeente Batavia*. Mulai 1 april 1905, kota Belanda ditetapkan sebagai *local resort* yang memiliki alokasi keuangan tersendiri. Tak hanya sampai disitu, kota inipun dilengkapi dengan suatu dewan yang bernama *Gemeente Batavi* (Sunaryo

et al, 2014). Pembentukan ini dilakukan dengan ordonasipada 18 Maret 1905, yang dibuat dalam staatblad tahun 1905 nomor 204. Batas-batas wilayah *Gemeente Batavia* ini sama seperti batas-batas ibunegeri Batavia seperti yang ditetapkan dalam keputusan Gurbernur Jenderal tertanggal 27 Oktober 1904 nomor 19. Wilayah ini meliputi *Afdeelinng Stad en Voorsteden van Batavia*, kecuali pulau-pulau yang terletak di teluk Batavia.

Untuk keperluan menjalankan pemerintahan pamongpraja, maka pada 1908 dilakukan penataan kembali pembagian administrasi *Afdeelinng Stad en Voorsteden van Batavia*. Dengan demikian sejak saat itu wilayah tersebut terbagi dalam dua *district* dan enam *onderdistrict* yang dipimpin oleh para wedana dan asisten wedana. Sepanjang berkenaan dengan penduduk bangsa Indonesia, tipa-tiap *onderdistrict* tersebut dibagi dalam *wijk-wijk* yang semuanya berjumlah 27 buah. Selain itu, masing-masing *wijk* ini dibagi lagi dalam kampung-kampung.

Tabel 1. Pembagian Wilayah *Afdeelinng Stad en Voorsteden van Batavia*

<i>District</i>	<i>Onderdistrict</i>	<i>Wijk</i>	<i>Wilayah</i>
Batavia	Mangga besar	Mangga Dua Kebon Jeruk Pasar Baru Gunung Sahari Kebon Kelapa	Jaagpad, Manggadua, Manggabesar, Kebonjeruk, Sawahbesar, Pintubesi, GangStoentji, Gunungsahari, Kebonkelapa, Noordwijk, Pecenongan , Luarbatang, Pluit, Penjaringan, Penjagalan, Jembatanlima wetan , Jembatanlima kulon, Blandongan, Pecebokan, Tanahsereal, Krukut, Petojo Ilir, Gang <i>Chasse</i> , Angke, Duri, Tanjung-kramat, Petojo- sawah, Bangliauw, Tanjungpriok, Ancol, Sunter, Pejambon
	Penjaringan	Penjaringan Jembatan Krukut Angkeduri Tanjungpriok	
	Tanjungpriok	Ancol	
Weltevreden	Gambir	Gambir Kodangdia Menteng Tanah Abang Karet	
	Senen	Senen Kemayoran Cempakaputih Tanah tinggi atau Kwitang oost Kramat Kwitang Salemba	

	Tanah Abang	Petojo Slipi Jati Jepang	<p>Perapatan Kebon Sirih, Perapatan Gang Timbul, Pangarengan, Kondangdia, Cikini, Menteng, Pegangsaan, Bali Tanah Abang, Pasar Baru Tanah Abang, Pasar Baru Karet, Karet Pasar Baru, Karet Bendungan, Karet Pedurenan, Ketapang, Jagal, Gang Kadiman, Kemayoran Kulon, Utanpanjang, Cempakaputih, Sumurbatu, Tanahtinggi, Kramat Tanah Tinggi, Kramat Lontar 1, Kramat Lontar 2, Kramat Pulo, Kwitang, Salembabesar, Petojosawah, Petojoudik, Kebonjahe, Gelangbaru, Slipi, Pekembangan, Kotabambu, Petamburan (Jati), Jepang, Bendungan, Petunduhan.</p>
--	-------------	-----------------------------------	---

Sumber : Arsip Perpusnas Jakarta

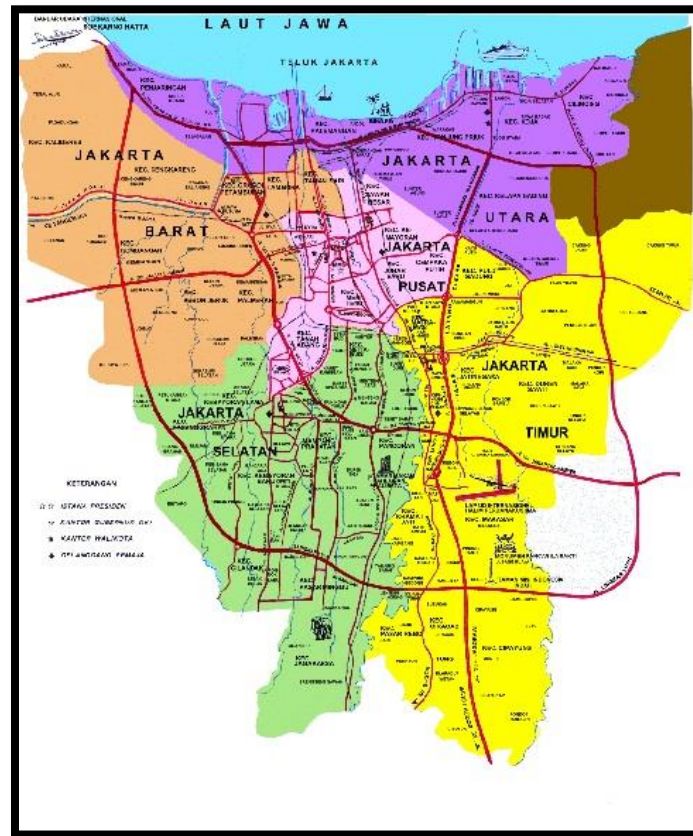
3. EKOLOGI LINGKUNGAN JAKARTA

DKI Jakarta terletak di Pulau Jawa dan secara spesifik DKI Jakarta berada di Utara Pulau Jawa, Berbatasan langsung dengan Laut Jawa. Perkembangan DKI Jakarta yang begitu pesat menjadikan DKI Jakarta sebagai Metropolitan yang merupakan kawasan perkotaan terbesar di Indonesia bahkan di Asia Tenggara (Vioya, 2010). Sebagai konsekuensinya DKI Jakarta menjadi salah satu kota terpadat di Indonesia, dan hal ini menyebabkan terjadinya banyak ketimpangan secara ekologis. Bagaimanapun juga, ekosistem dan lebih besar lagi jaringan antar ekosistem itu memiliki batas-batas dalam menopang semua aktivitas manusia tersebut. Dalam laporan *Footprint of Nation -Ecological Footprint Network (Footprintof Nations, 2005 Update -2)* dalam Rusli, Septri, dan Hana (2009), disimpulkan bahwa penggunaan bumi kita sudah sampai pada batas keberlanjutan lingkungan (environmentalsustainability), alam telah digunakan melampaui kapasitasnya untukmemperbaharui dan meregenerasi. Tanda-tanda ini sudah bisa dirasakan seperti fenomena efek rumah kaca, deforestasi, degradasi lahan pertanian,dan meningkatnya kelangkaan sumberdaya alam. Keterbatasan sumberdaya alam merupakan salah satu permasalahan yang dihadapi oleh Propinsi DKI Jakarta. Dimana konversi lahan besar-besaran dan penggunaan air tanah yang berlebihan menyebabkan DKI Jakarta saat ini mengalami bencana ekologis yang cukup serius.

Provinsi DKI Jakarta terbagi menjadi 5 wilayah Kota administrasi dan satu Kabupaten administratif, yakni: Kota administrasi Jakarta Pusat dengan luas 47,90 km², Jakarta Utara dengan luas 142,20 km², Jakarta Barat dengan luas 126,15 km², Jakarta Selatan dengan luas 145,73 km², dan Kota administrasi Jakarta Timur dengan luas 187,73 km², serta Kabupaten Administratif Kepulauan Seribu dengan luas 11,81 km². Di sebelah utara membentang pantai sepanjang 35 km, yang menjadi tempat bermuaranya 13 buah sungai dan 2 buah kanal. Di sebelah selatan dan timur berbatasan dengan Kota Depok, Kabupaten Bogor, Kota Bekasi dan Kabupaten Bekasi, sebelah barat dengan Kota Tangerang dan Kabupaten Tangerang, serta di sebelah utara dengan Laut Jawa.

Wilayah Provinsi DKI Jakarta termasuk tipe iklim C dan D menurut klasifikasi iklim Schmit Ferguson dengan curah hujan rata-rata sepanjang tahun 2.000 mm, sehingga wilayah DKI Jakarta termasuk daerah tropis beriklim panas dengan suhu rata-rata per tahun 27°C dengan kelembaban antara 80% sampai 90%. Temperatur tahunan maksimum 32°C dan minimum 22°C. Kecepatan angin rata-rata 11,2 km/jam.Dan secara global, menurut data Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas), selama abad 20, Indonesia mengalami peningkatan suhu rata-rata udara di permukaan tanah 0,5 derajat celcius. Jika dibandingkan periode tahun 1961 hingga 1990, rata-rata suhu di Indonesia diproyeksikan

meningkat 0,8 sampai 1,0 derajat Celcius antara tahun 2020 hingga 2050 (National Geographic Indonesia)



Sumber: Pemprov DKI Jakarta (2016)
Gambar 2.. Peta Wilayah DKI Jakarta

Pada saat ini di DKI Jakarta telah mengalami dampak dari perubahan iklim diantaranya dengan meningkatnya permukaan air laut. Dampak perubahan iklim terhadap aspek kelautan sangat kompleks, hal ini dapat terjadi secara langsung dan tidak langsung, baik dalam jangka waktu pendek dan yang umumnya pada masa waktu yang panjang. Naiknya suhu udara di Bumi, berdampak pada meningkatnya suhu air, dan secara tidak langsung menambah volume air di samudera dan menyebabkan semakin tinggi paras laut (*sea level rise*) (Putuhena: 2011; Susandi, Indriani, Mamad, Irma: 2008). Jakarta dimana sebagian wilayahnya berbatasan langsung dengan laut, masuk dalam dataran rendah akan ikut menuai akibatnya. Dari hasil pemantauan suhu yang dilakukan oleh Badan Meteorologi Klimatologi dan Geofisika pada titik pemantauan Stasiun Meteorologi Kemayoran menunjukkan, rata-rata suhu udara di Jakarta setiap bulannya berubah-ubah (www.Bpadjakarta.go.id). Resiko

terkait perubahan iklim dan bencana terbesar yang dihadapi Jakarta adalah banjir dengan dampak buruk sangat besar bagi perekonomian dan masyarakat Jakarta. Empat puluh persen dari wilayah perkotaan, sebagian besar di daerah utara, berada di bawah permukaan laut dan sangat rentan terhadap banjir karena air pasang, badai, dan kenaikan tingkat permukaan laut di masa depan. Baik jumlah maupun intensitas curah hujan telah meningkat, serta naiknya suhu global dan efek *urban heat island* telah meningkatkan suhu rata-rata (World Bank; 2011).

Secara geologis, seluruh dataran wilayah Jakarta terdiri dari endapan *pleistocene* yang terdapat pada ± 50 m di bawah permukaan tanah. Bagian selatan terdiri atas lapisan *alluvial*, sedang dataran rendah pantai merentang ke bagian pedalaman sekitar 10 km (simreg.bappenas.go.id). Di bawahnya terdapat lapisan endapan yang lebih tua yang tidak tampak pada permukaan tanah karena tertimbun seluruhnya oleh endapan alluvium. Di wilayah bagian utara baru terdapat pada kedalaman 10-25 m, makin ke selatan permukaan keras semakin dangkal 8-15 m. Pada bagian tertentu juga terdapat lapisan permukaan tanah yang keras dengan kedalaman 40 m.

Perbedaan geografis sebuah wilayah akan mempengaruhi keragaman hayati yang terdapat didalamnya. Keanekaragaman hayati menurut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1994 adalah Keanekaragaman di antara makhluk hidup dari semua sumber termasuk di dalamnya daratan, lautan dan ekosistem akuatik. Keanekaragaman hayati merupakan anugerah terbesar bagi umat manusia karena dapat memberikan sumber kehidupan, penghidupan dan kelangsungan hidup manusia. Keanekaragaman yang tinggi akan dapat menghasilkan kestabilan lingkungan yang mantap (bplhd.jakarta.go.id). Menjaga kelestarian keanekaragaman hayati merupakan sebuah Pekerjaan Rumah tersendiri bagi Pemprov DKI Jakarta, mengingat begitu pesatnya pembangunan dan alih lahan di DKI Jakarta memberikan dampak yang cukup signifikan bagi keberlanjutan flora dan fauna di DKI Jakarta.

Data BPLHD Jakarta tahun 2014 menyatakan bahwa secara umum jumlah spesies flora dan fauna yang diketahui dan dilindungi di DKI Jakarta pada tahun 2014 tidak berbeda dengan tahun sebelumnya yaitu terdiri dari 8 golongan. Kedelapan golongan tersebut termasuk hewan menyusui dengan jumlah spesies yang diketahui sebanyak 3, Burung dengan jumlah spesies yang diketahui sebanyak 117 dan yang dilindungi sebanyak 16, Reptil dengan jumlah spesies yang diketahui 11, Ikan dengan jumlah spesies yang diketahui sebanyak 3, Serangga dengan jumlah spesies yang diketahui sebanyak 2, dan golongan Amphibi, Keong serta Tumbuhan yang tidak diketahui jumlah spesiesnya. Keseluruhan spesies burung yang dilindungi tersebut adalah; Pecuk Ular, Kuntul Kerbau, Kuntul Karang, Kuntul Besar, Kuntul Sedang, Kuntul Kecil, serta Pelatuk Besi dengan status berlimpah. Sedangkan untuk spesies burung yang dilindungi dan statusnya terancam adalah Kuntul Perak, Bluwok, Cucuk Besi,

Cekaka Suci, Perkaka Emas, Cekaka Jawa, Kipasan Belang, Madu Pipi Merah, serta Cekaka Sungai. Keanekaragaman hayati baik flora dan fauna di DKI Jakarta secara umum tidak berbeda jauh dengan keadaan flora dan fauna lainnya di pulau Jawa. Hal ini karena adanya kesatuan geografis meskipun saat ini sudah banyak mengalami pengurangan akibat tingginya pembangunan di DKI Jakarta. Dan jenis tumbuhan yang terdapat di DKI Jakarta cukup bervariasi mulai dari jenis tumbuhan pantai sampai dengan jenis tumbuhan dataran/pegunungan dan palawija. Akan tetapi sampai dengan tahun 2014 ini belum dapat diketahui jumlah seluruh jenis tumbuhan yang ada di DKI Jakarta, hanya jenis tumbuhan pantai khususnya yang ada di kepulauan Seribu yang sudah terdeteksi yaitu ada sekitar 86 jenis. Untuk jenis tumbuhan pantai umumnya didominasi oleh jenis pohon Kelapa, Cemara laut, Ketapang, Rutun, Mengkudu dan Pandan laut. Disamping itu di beberapa pulau di Kepulauan Seribu banyak ditemukan Sukun.

Jakarta berlokasi di sebelah utara Pulau Jawa, di muara Ciliwung, Teluk Jakarta dan terletak di dataran rendah pada ketinggian rata-rata 8 meter dpl (Jakarta.go.id). Dataran rendah adalah tanah yang keadaannya relatif datar dan luas sampai ketinggian sekitar 200 m dari permukaan laut. Wilayah Jakarta sangat bervariasi, dari wilayah pantai, rawa, perkebunan, persawahan, hutan dengan beberapa jenis klasifikasi hutan.

Wilayah Pantai/ Laut. Wilayah Utara Jakarta adalah wilayah pantai yang berhadapan langsung dengan laut. Definisi wilayah pesisir dari sudut pandang kebijakan pengelolaan meliputi jarak tertentu dari garis pantai ke arah daratan dan jarak tertentu ke arah lautan (Sugandi: 2011). Dengan demikian maka kita mengenal nama-nama *Tanjung Priok*, dimana Tanjung berarti daratan yang menjorok ke laut, atau daratan yang dikelilingi oleh laut di ketiga sisinya, kemudian dikenal juga wilayah *Ancol*, *Muara Angke*, *Muara Karang* dimana muaraberarti wilayah badan air tempat masuknya satu atau lebih sungai ke laut, samudra, danau, bendungan, atau bahkan sungai lain yang lebih besar. Karakteristik wilayah pesisir yang spesifik adalah bahwa pada wilayah ini merupakan agregasi dari berbagai komponen ekologi dan fisik yang saling mempengaruhi, (Djunaedi dan M. Natsir: 2002), tetapi secara umum lingkungan lautnya memiliki tingkat keragaman bentuk kehidupan lebih tinggi dibandingkan wilayah daratan (GESAMP :1997).

Setidaknya teridentifikasi tiga (3) ekosistem pesisir dan laut yang penting, ketiganya adalah: mangrove, terumbu karang, dan padang lamun (Bapenas: 2004). Ekosistem mangrovedunia saat ini meliputi areal seluas 20 juta hektar (English *et al.*, 1997 dalam Bapenas, 2004). Mangrove merupakan jenis tumbuhan utama yang melindungi daerah pasang surut sepanjang wilayah pantai tropis dan subtropis. Mangroves tumbuh di wilayah dengan kondisi kelembaban tinggi, memiliki keberagaman tipe tanah dari tanah liat sampai gambut, pasir, atau kepingan terumbu karang yang hancur. Terumbu karang merupakan ekosistem kompleks dengan keanekaragaman hayati tinggi yang ditemukan di perairan dangkal di

seluruh wilayah tropis. Terumbu karang mendukung perikanan produktif sebagai pemasok sumber protein utama. Dibalik kompleksitas dan tingginya keanekaragaman hayati ekosistem ini, terumbu karang kurang stabil, bahkan sangat sensitif terhadap setiap gangguan yang beranekaragam (English *et al.*, 1997 dalam Bapenas, 2004), dan padang lamun dikelompokkan dalam tumbuhan berbunga yang hidup dibawah permukaan air laut. Areal padang lamun berperan sebagai penghubung dan penyangga diantara mangrove dan terumbu karang. Hubungan ketiganya membentuk ekosistem pantai tropis yang sangat tinggi tingkat keanekaragaman hayatinya (Kementerian Negara Kependudukan dan Lingkungan Hidup, 1992 dalam Bapenas, 2002).

Berdasarkan wilayahnya yang berdekatan dengan laut, dan melihat besarnya potensi perikanan yang dimiliki di Indonesia pada umumnya (Komnas Pengkajian Sumberdaya Perikanan Laut dalam Sugandi: 2011) maka menjadi wajar jika makanan utama masyarakat pada wilayah ini adalah ikan, dimana ikan juga merupakan salah satu sumber mata pencahariannya. Terkait dengan flora pada ekosistem pesisir, jenis tumbuhan yang biasa tumbuh pada wilayah pantai dan muara dengan suhu di wilayah tersebut cukup panas dan lembab adalah tanaman kelapa, bakau dan ketapang. Pada perkembangannya ketapang menjadi salah satu nama kue tradisional Betawi yang selalu dihidangkan pada Perayaan Idul Fitri yaitu “Kue Ketapang”, bukan karena ketapang menjadi salah satu bahan makanan tersebut, tetapi karena bentuk “Kue Ketapang” yang kecil menyerupai bentuk buah ketapang.

Rawa. Rawa adalah bagian permukaan bumi yang tergenang air dan ditumbuhi oleh tumbuh-tumbuhan serta letaknya lebih rendah dari daerah sekitarnya. Air yang menggenangi daerah rawa pada umumnya dangkal sehingga mudah ditumbuhi oleh tumbuh-tumbuhan. Secara umum ekosistem rawa dibagi menjadi dua yaitu ekosistem rawa gambut dan ekosistem rawa air tawar. Hutan gambut dengan hutan rawa sering disebut dengan hutan rawa saja. Daerah diantara hutan gambut dan hutan rawa disebut hutan bergambut. Di dalam daerah hutan bergambut terdapat elemen-elemen hutan rawa dan hutan gambut. Perbedaannya hanya pada hutan gambut memiliki lapisan gambut, yakni lapisan bahan organik yang tebal mencapai 1-2 m, sedangkan hutan rawa lapisannya hanya sekitar 0,5 m, kedua hutan ini selalu hijau, dan mempunyai tajuk yang berlapis-lapis dengan berbagai jenis walaupun tidak selengkap hutan hujan. Biasanya didominasi oleh jenis-jenis *dikotiledon* dan ketinggian dapat mencapai 30 m terutama sebelah tepinya. Semakin ke tengah semakin pendek, bahkan terkadang di tengah bisa mencapai tinggi 2 m, sehingga sering disebut hutan cebol. Jenis vegetasi hutan gambut biasanya terdiri dari jenis *Palmae*, *Pandanus*, *Podocarpus*, dan beberapa dari famili *Dipterocarpaceae*. PH habitat biasanya 3,2 dan bersifat hamper steril (Djamal dan Zoer'aini, 2007). Sedangkan Ekosistem air tawar merupakan ekosistem dengan habitatnya yang sering digenangi air tawar yang kaya mineral dengan pH sekitar 6. Kondisi permukaan air tidak selalu tetap. Ekosistem rawa air tawar ini ditumbuhi oleh

beragam jenisvegetasi. Hal ini disebabkan oleh terdapatnya beragam jenis tanah pada berbagaiekosistem rawa air tawar(Djamal dan Zoer'aini, 2007).

Jika dilihat dari beberapa nama wilayah di Jakarta, maka dapat disimpulkan bahwa dahulu kala banyak wilayah Jakarta yang terdiri dari rawa, seperti *Rawadenok*, *Rawamangun*, *Rawabadak*, *Rawabuaya*, *Rawabelong* dan lainnya. Tanaman yang biasa tumbuh pada daerah rawa adalah enceng goncok, teratai dan kangkung. Pada masyarakat Betawi biasa memanfaatkan kangkung sebagai bahan makanan dan enceng gondok sebagai bahan dasar membuat tikar. Selain sumber pangan dari tanaman, masyarakat Betawi juga mengkonsumsi *Kijing* (*Pilsbryoconcha exilis*) yang merupakan merupakan jenis invertebrate moluska, yaitu hewan bertubuh lunak, dagingnya tersembunyi di balik sepasang cangkangnya yang keras. Kijing hidup liar di dasar perairan dan banyak ditemukan di perairan tawar seperti sungai, danau, waduk dan lain-lainnya, yang mana belum dibudidayakan oleh masyarakat (Sunarto, 2006). Kijing termasuk jenis kerang air tawar yang memiliki kandungan protein 5,67-7,37% (Suhardjo et al,1977)

Perkebunan. Secara khusus kebun adalah sebidang lahan, biasanya di tempat terbuka, yang mendapat perlakuan tertentu oleh manusia, khususnya sebagai tempat tumbuh tanaman, namun secara umum karena lahan di wilayah permukiman yang ditumbuhi tumbuhan baik sengaja maupun secara liar. Nama wilayah di Jakarta juga banyak yang dikaitkan dengan nama hasil kebun, seperti: *Kebun Kelapa*, *Kebun Jeruk*, *Kebun Kopi*, *Kebun Jahe*, *Kebun Kacang* dan lainnya. Pada wilayah perkebunan biasanya variasi tumbuhan yang dapat hidup lebih bervariasi, dari tanaman terna, tanaman pohon dan tanaman perdu (semak dan tanaman herbal).

Persawahan. Jika dilihat dari pengertiannya kata sawah adalah tanah yang digarap dan diairi untuk tempat menanam padi. Ekosistem persawahan secara teoritis merupakanekosistem yang tidak stabil. Kestabilan ekosistempersawahan tidak hanya ditentukan oleh keanekaragamanstruktur komunitas tetapi juga oleh sifat-sifatkomponenserta interaksi antarkomponen ekosistem. Di Indonesiaekosistem padi sawah yang subur bahan organik dan tidaktercemar oleh pestisida, kaya keanekaragaman hayati (Settle et al, 1996 dalam Tauruslina, Trizelia, Yaherwandi, Hasmiandy, 2015). Ekosistem padi sawah mengandung 765 spesies seranggadan arthropoda kerabatnya. Sedangkan menurut Soenarjo(2000), komposisi keanekaragaman hayati fauna padaekosistem sawah, berdasarkan temuan Settleyaitu

detrivora dan pemakanplankton berjumlah 145spesies (19%), herbivora 127 spesies (17%), parasitoid 187spesies (24%) dan predator 306 spesies (40%) (Tauruslina, Trizelia, Yaherwandi, Hasmiandy, 2015).

Wilayah persawahan ini yang saat ini sangat sulit untuk ditemukan. Tapi jika dilihat dari nama wilayahnya seperti *Kampung Sawah*, *Serengseng Sawah* dan *Sawah Besar*, maka

dapat ditarik kesimpulan bahwa pada jaman dahulu wilayah tersebut adalah wilayah persawahan. Nama Sawah besar yang meliputi 5 kelurahan yaitu Pasar Baru, Gunung Sahari Utara, Kartini, Karang Anyar, dan Kelurahan Mangga Dua Selatan, yang dahulu merupakan sebuah sawah yang besar yang kemudian disebut oleh masyarakat menjadi wilayah Sawah Besar (Zaenuddin, 2012).

Hutan adalah suatu kesatuan ekosistem berupa hamparan lahan berisi sumber daya alam hayati yang didominasi pepohonan dalam persekutuan alam lingkungannya, yang satu dengan lainnya tidak dapat dipisahkan (UU No.41 Tahun 1999). Menurut UNFCCC, definisi hutan adalah suatu area dengan luas 0.05-1 hektar dengan tutupan kanopi minimum 10%-30%, dan tinggi minimum 2-5 meter, sedangkan pengertian hutan menurut FAO adalah area seluas minimum 0,5 ha, dengan tutupan kanopi minimum 10% (kepadatan kanopi ditentukan dengan mengestimasi bidang tanah yang dinaungi oleh mahkota pohon) dan tinggi pohon minimum 5 meter (Sambodo, Mulia, Novie, M. Natsir: 2014).

Kawasan Hutan merupakan suatu wilayah yang memiliki banyak tumbuh-tumbuhan lebat yang berisi antara lain pohon, semak, paku-pakuan, rumput, jamur dan lain sebagainya serta menempati daerah yang cukup luas. Kawasan hutan di Jakarta tempo dulu ditandai dengan nama-nama wilayah seperti *Utan Kayu* di Matraman, *Utan Panjang* di Kamayoran dan *Kampung Utan* di Ciputat, selain itu terdapat beberapa nama wilayah di Jakarta yang menggunakan nama-nama tumbuhan di hutan seperti *Gambir*, *Menteng*, *Jati Padang*, *Pondok Pinang*, *Kramat Jati* dan lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa kehidupan Masyarakat Betawi pada jaman dahulu sangat dekat dengan ekologi hutan.

4. HUTAN DAN KETERSEDIAAN SUMBER MAKANAN MASYARAKAT BETAWI

Hutan memiliki peranan tersendiri bagi keberlangsungan hidup manusia pada umumnya, selain terkait ketersediaan oksigen dan air, hutan juga memberikan makna tersendiri pada jenis variasi kuliner masyarakat di sekitarnya. Hutan merupakan suatu wilayah yang memiliki banyak tumbuh-tumbuhan lebat yang berisi antara lain pohon, semak, pakupakuan, rumput, jamur dan lain sebagainya serta menempati daerah yang cukup luas, dengan demikian banyak sekali sumber makanan yang dapat diolah dari keberagaman flora dan fauna yang terdapat di sebuah hutan. Hutan dijadikan penduduk di daerah sekitar sebagai sumber makanan melalui berburu ataupun mengambil tumbuhan-tumbuhan yang dapat digunakan sebagai makanan bahkan banyak tanaman-tanaman hutan yang dapat digunakan sebagai makanan ataupun sumber air bersih dari akarnya.

Peneliti menemukan bahwa kurangnya literatur yang secara spesifik memberikan pemetaan data yang lengkap tentang hutan sehingga selama ini masyarakat sulit untuk mendapat gambaran secara jelas keterkaitan antara hutan dan ketersediaan sumber bahan makanan didalamnya bagi Masyarakat Betawi pada tempo dulu. Ini menjadi sebuah kelemahan dari penelitian yang dikembangkan sebelumnya dimana diceritakan bahwa eksistensi kuliner tradisional sangat tergantung pada eksistensi sumber daya alam sebagai penyedia bahan baku kuliner (Mustika dan Apriliani, 2013), tetapi belum mampu menggambarkan secara detail eksistensi dan peranan sumber daya alam dalam pengembangan Kuliner Tradisional. Dalam studi peneliti menemukan bahwa tidak semua bahan Kuliner Tradisional Betawi dihasilkan dari wilayah Jakarta, dimana dapat dilihat dari ekologi lingkungan Jakarta dan tumbuhan yang dihasilkannya.

Tabel 2. Ekologi dan Bahan Kuliner

Kategori	Jenis Makanan	Ekologi Dataran Rendah	Ekologi Dataran Menengah	Ekologi Dataran Tinggi	Ekologi Air Tawar	Ekologi Air Laut
Bahan Tambahan Makanan	Makanan Pokok	25	21	21	0	1
	Makanan Selingan	5	4	3	0	1
	Minuman	7	7	5	0	1
Bahan Pokok Makanan	Makanan Pokok	12	14	14	3	3
	Makanan Selingan	0	2	2	0	0
	Minuman	4	6	5	0	0

Sumber : Data skunder penelitian, 2017

Keberlanjutan eksistensi kuliner pada tatanan masyarakat sangat tergantung pada ketersediaan bahan-bahan kuliner yang secara ekologis disediakan oleh lingkungan dimana masyarakat tersebut tumbuh dan berkembang. Degradasi kuantitas sumber kuliner yang disediakan lingkungan lambat laut akan menyebabkan hilangnya diversity kuliner, hal ini

juga terjadi pada Kuliner Tradisional Betawi. Saat beberapa jenis bahan baku mulai sulit ditemukan, maka kuliner yang menggunakan bahan tersebutpun akan hilang dari masyarakat. Beberapa bahan kuliner yang sangat lekat pada kehidupan kuliner Masyarakat Betawi adalah Secang, Bunga Duren, Enau, Asam Adis, Jinten, Kapulaga, Bunga Lawang, Kelapa, Temu Kunci dan Pucung.

Secang. Secang atau sepang (*Caesalpinia sappan*) adalah perdu anggota suku polong-polongan (*Fabaceae*) yang dimanfaatkan pepagan (kulit kayu) dan kayunya sebagai komoditi perdagangan rempah-rempah. Secang merupakan salah satu bahan utama dari pembuatan minuman yang sangat populer yaitu Bir Pletok. Secang memberikan efek warna merah pada minuman Bir Pletok.



Gambar 3. Kayu Secang

Bunga Duren. Durian adalah nama tumbuhan tropis yang berasal dari wilayah Asia Tenggara. Selain buahnya dapat digunakan sebagai makanan, Masyarakat Betawi juga biasa menjadikan bunganya sebagai bahan masakan. Biasanya bunga duren akan dimasak dengan cara ditumis dengan tambahan bumbu-bumbu seperti cabai, bawang merah dan bawang putih.



Gambar 4. Bunga Duren

Enau atau aren. Enau (*Arenga pinnata*, suku *Arecaceae*) adalah palma yang terpenting setelah kelapa karena merupakan tanaman serba guna. Enau merupakan bahan dasar dari pembuatan tuak. Eksistensi minuman Tuak Betawi saat ini menurut salah satunya adalah dikarenakan tumbuhan enau sudah sangat jarang ditemui.



Gambar 5. Pohon Aren

Kelapa. Kelapa (*Cocos nucifera*) adalah anggota tunggal dalam marga *Cocos* dari suku aren-arenan atau Arecaceae. Tumbuhan ini dimanfaatkan hampir semua bagiannya oleh manusia sehingga dianggap sebagai tumbuhan serbaguna, terutama bagi masyarakat pesisir. Pada masyarakat Betawi, santan buah kelapa digunakan sebagai bahan pelengkap beberapa makanan. Selain itu parutan buah kelapa juga dapat digunakan sebagai topping beberapa makanan kecil seperti klepon, getuk, gatet dll. Selain itu parutan kepala juga menjadi bahan campuran pada pembuatan kerak telur.



Gambar 6. Buah Kepala

Selain itu hutan juga merupakan sumber tanaman rempah-rempah. Rempah-rempah adalah bagian tumbuhan yang beraroma atau berasa kuat yang digunakan dalam jumlah kecil pada makanan, sebagai pengawet atau perasa dalam masakan. Beberapa rempah-rempah yang digunakan dalam memasak pada masakan tradisional betawi adalah Adas Manis, Jinten, Pucung, Kapulaga, Kunci, dan Bunga Lawang Kering

Adas Manis. *Adas manis* atau anis (*Pimpinella anisum*) merupakan sejenis tumbuhan berbunga dari famili *Apiaceae*. Adas berasal dari dataran mediterania, merupakan biji pohon fennel (*fennel seed*). Berbentuk sangat kecil dan pipih, berwarna kecokelatan. Aromanya sangat harum dan sedikit pedas. Masyarakat Betawi banyak memanfaatkan adas sebagai

bumbu dapur dan obat tradisional seperti sup dan gulai atau makanan lain yang mengadopsi kuliner timur tengah.



Gambar 7. Adas Manis

Jinten. Jinten merupakan tumbuhan menjalar yang bijinya dapat digunakan untuk rempah-rempah dan obat-obatan. Jinten memiliki dua jenis, yaitu jinten hitam Jinten hitam atau Habbatussauda (*Nigella sativa* Linn.) adalah rempah-rempah yang dapat digunakan sebagai tanaman obat dan jinten putih (*Cuminum cyminum*). Bentuknya seperti bulir padi, berwarna kecoklatan sampai hitam. Aromanya sangat harum, agak manis dan menjadi campuran bumbu hidangan tradisional di berbagai daerah Nusantara begitu juga masakan Tradisional Betawi. Masakan yang sering menggunakan jinten adalah opor, gulai atau kari.



Gambar 8. Jinten

Pucung. Pucung atau di daerah Jawa biasa disebut Kluwek atau Kepyang. Pucung adalah tumbuhan suku dari *Achariaceae*. Penggunaan Pucung pada masakan akan menghasilkan warna hitam dan rasa yang gurih, dan perlu berhati-hati, karena jika terlalu banyak menggunakan bahan ini akan menyebabkan mabuk. Pucung banyak digunakan dalam masakan Betawi seperti Gabus Pucung, Gurame Pucung dan lainnya. Pada masyarakat Jawa Pucung biasa disebut Kluwek atau kuwek, sedangkan di Toraja disebut Pamarrasan



Gambar 9. Pucung

Kapulaga. Kapulaga (*Amomum cardamomum*) selama ini dikenal sebagai rempah untuk masakan dan juga lebih banyak digunakan untuk campuran jamu. Di beberapa daerah kapulaga dikenal dengan nama kapol, palago, karkolaka, dan lain-lain. Nama asing kapulaga adalah *pai thou kou* (bahasa Tionghoa). Orang Yunani menyebut buah itu *cardamomom* yang kemudian dilatinkan oleh orang Romawi menjadi *cardamomum*. Ada dua jenis kapulaga, yaitu kapulaga putih yang banyak digunakan untuk masakan dan kapulaga hijau untuk kue dan minuman. Kapulaga putih pada masakan Betawi biasa digunakan dalam membuat Soto Betawi dan Sop Betawi.



Gambar 10. Kapulaga

Temu Kunci. Temu kunci adalah sejenis rempah-rempah yang dipakai sebagai bumbu dalam masakan Asia Tenggara salah satunya pada Masyarakat Betawi yang merupakan salah satu keluarga jahe. Temu kunci ini berbentuk sekelompok umbi akar, memanjang dan lurus. Kulit luarnya Temu Kunci berwarna coklat muda dan bagian dalamnya berwarna kuning muda. Masyarakat Betawi bisa menggunakan Temu Kunci untuk memasak sayur bening dan hidangan ikan.



Gambar 11. Temu Kunci

Bunga Lawang Kering atau Pekak. Pekak adalah bumbu yang berbentuk menyerupai bintang. Pekak dikenal dengan istilah bunga lawang atau *star anise*. Beraroma harum menyerupai adas. Tinggi pohon mencapai 8 meter dan baru berbuah pada usia 6 tahun. Sebaiknya pekak disimpan di tempat yang tertutup rapat. Pekak dapat memberikan aroma harum yang khas.



Gambar 12. Bunga Lawang

5. MAKANAN SEBAGIAN IDENTITAS BUDAYA BETAWI

Kelestarian budaya dan kesenian memang merupakan momok bagi hampir semua kota besar di penjuru dunia, tak terkecuali di Jakarta. Hal ini juga terjadi pada masyarakat Suku Betawi sebagai penduduk asli Jakarta, dimana masyarakat Betawi saat ini mulai tersingkirkan. Mereka keluar dari Jakarta dan pindah ke wilayah-wilayah yang ada di provinsi Jawa Barat dan provinsi Banten. Budaya Betawi pun tersingkirkan oleh budaya lain baik dari Indonesia maupun budaya barat.

Kuliner merupakan salah satu produk budaya, oleh sebab itu kuliner menjadi sangat penting sebagai Budaya Betawi karena kuliner menjadi refleksi dari hubungan Suku Betawi dengan lingkungannya. Sejarah panjang perkembangan Suku Betawi di Jakarta memperlihatkan bagaimana Masyarakat Betawi berakulturasi dengan budaya daerah lain di Nusantara bahkan budaya asing yang dibawa oleh penjajah, pedagang dan penyebaran agama.

Dalam penelitian, terinventarisasi 150 jenis kuliner yang dapat diklasifikasikan menjadi beberapa kelompok yaitu klasifikasi umum, fungsi sosial, nilai sejarah, nilai pembaharuan, modifikasi pada bahan kuliner dan kandungan zat makanan. Klasifikasi secara umum, membagi beberapa makan menjadi kelompok hidangan pokok, makanan ringan, sambal dan minuman. Klasifikasi perlu dilakukan untuk mengetahui *positioning* kuliner tersebut dalam tatanan prosesi makan. Makanan tidak dapat terlepas dari kehidupan sosial masyarakat. Makanan akan selalu hadir dalam setiap kegiatan kemasyarakatan oleh sebab itu mengklasifikasikan makanan menurut fungsi sosialnya menjadi penting dalam pengembangan budaya kuliner. Selain memiliki fungsi sosial, makanan juga merupakan refleksi dari rentetan sejarah masyarakat di sebuah wilayah, dimana seringkali terjadi akulturasi budaya yang menyebabkan munculnya jenis kuliner baru yang pada perkembangannya menjadi identitas dari kekayaan budaya yang dimiliki wilayah tersebut. Klasifikasi berikutnya yaitu berdasarkan nilai pembaharuan dan modifikasi. Hal ini penting untuk diidentifikasi untuk kemudian mencari alternatif strategi dalam mengembangkan kuliner tradisional lebih lanjut. Kurangnya pasokan bahan baku, sulit ditemukannya alat masak tradisional dan alat penyajian membuat banyak pengrajin kuliner beralih pada alat-alat modern. Selain itu tuntutan pasar seringkali menggiring pengrajin dan pemasar kuliner tradisional untuk memodifikasi rasa dan tampilan kuliner tradisional. Hal ini tidak sepenuhnya salah, hanya saja perlu dipikirkan lebih lanjut cara menjaga originalitas dan keotentikan dari kuliner tradisional.

Klasifikasi secara umum membagi jenis kuliner kedalam empat bagian yaitu hidangan pokok, makanan ringan, sambal dan minuman. Hidangan pokok merupakan seperangkat hidangan yang terdiri dari makanan pokok, sayur dan lauk pauk. Hasil penelitian

tahap satu berhasil mengidentifikasi bahwa dari ke-150 jenis Kuliner Tradisional Betawi yang teridentifikasi terdapat 59 jenis makanan yang termasuk dalam hidangan pokok. Makanan ringan atau makanan selingan merupakan jenis makanan yang dikonsumsi antara waktu makan (hidangan pokok) dan dalam penelitian teridentifikasi terdapat 79 jenis makanan ringan. Sub klasifikasi berikutnya adalah sambal. Sambal merupakan hidangan pelengkap yang umumnya memiliki rasa pedas karena menggunakan cabai sebagai bahan utamanya. Teridentifikasi terdapat 3 jenis sambal yang merupakan sambal tradisional Betawi dan 9 jenis minuman.

Pada fungsi sosial, peneliti membagi menjadi tiga sub-klasifikasi yaitu acara khusus pada fase kehidupan, lebaran dan makanan sehari-hari. Masyarakat Betawi secara umum mengenal enam fase dalam kehidupan dan kesemuanya tidak lepas dari keberadaan kuliner baik sebagai pelengkap maupun simbol dalam acara tersebut. Dalam penelitian, teridentifikasi terdapat 67 jenis kuliner yang selalu digunakan dalam acara dalam fase kehidupan masyarakat betawi. Selain fase kehidupan, kuliner juga selalu hadir pada kegiatan religi seperti pada saat “lebaran”. Terdapat 23 jenis kuliner yang selalu hadir pada saat “lebaran” seperti, *Sayur Godok, Semur Daging, Rendang Betawi, Serondeng, Ayam Sempyek, Ayam Goreng, Ayam Bakar, Gulai dan Dendeng Betawi sebagai hidangan pokok, serta makanan ringan seperti, biji ketapang, kue jahe, dodol betawi, kue satu, sagon, kembang goyang, kuping gajah, semprit, tape uli, rengginang, Wajik, Kue Akar Kelape, Manisan pepaya dan kolang kaling*. Selain kedua sub-klasifikasi, banyak terdapat jenis Kuliner Tradisional Betawi yang merupakan makanan sehari-hari (terdapat 60 jenis kuliner). Bahkan fenomena saat ini banyak jenis kuliner yang dulu merupakan kuliner yang khusus disajikan pada acara tertentu, kini menjadi kuliner yang disajikan sehari-hari.

Kuliner mencerminkan sejarah panjang perjalanan terbentuknya sebuah masyarakat pada suatu wilayah. Betawi merupakan akulturasi dari beberapa budaya di dunia termasuknya adalah budaya Timur Tengah, Eropa dan Cina, selain itu terdapat beberapa Kuliner Tradisional Betawi yang memiliki nilai sejarah secara ekologis. Terdapat empat jenis Kuliner Tradisional Betawi yang mengadaptasi budaya Eropa yaitu, *Bir Pletok, Kue Cubit, Kue Leker, Semur Jengkol, Semur Daging dan Semur Terung Betawi*. *Kue Cubit* memiliki kemiripan dengan *poffertjes*, panekuk mini yang diperkenalkan Belanda ketika menjajah bumi nusantara. *Kue Leker*, secara bahan dan pengolahannya merupakan makanan asli nusantara, hanya saja pada penamaan Leker (Belanda: *Lekker*, yang berarti enak). Sedangkan *Semur* berasal dari bahasa Belanda '*smoor*' yang berarti rebusan. Di Indonesia, *smoor* berkembang dari sekadar rebusan daging sapi dengan tomat dan bawang menjadi masakan kaya bumbu dengan berbagai bahan dasar alternatif.

Berdasarkan hasil penelitian terdapat enam kuliner yang mengadaptasi kuliner Timur Tengah, mereka adalah; *Nasi Kebuli, Kue Kamir, Gulai Kambing, Nasi Bukhari, Alie*

Bagente dan Kue Abug. Selain itu terdapat empat jenis kuliner hasil adaptasi dari budaya Cina yaitu *Laksa, Hungkue, Mie Juhi dan Sayur Godok*. *Laksa* dan *Mie Juhi* merupakan kuliner dengan bahan dasar mie, dimana sesuai catatan sejarah, mie pertama kali dibuat di daratan Cina sekitar 2000 tahun yang lalu pada masa pemerintahan Dinasti Han, dalam perkembangannya dengan masuknya budaya Cina ke Indonesia khususnya Jakarta, bahan dasar mie mulai mewarnai Kuliner Tradisional Betawi. Selain itu terdapat juga Sayur Godok, sayur yang menjadi hidangan wajib pada acara kemasyarakatan pada komunitas Suku Betawi, memiliki kemiripan dengan sayur godok yang selalu dihidangkan dalam Cap Go Meh yang melambangkan hari ke-15 dan hari terakhir dari masa perayaan Tahun Baru Imlek bagi komunitas Tionghoa di seluruh dunia. Selain itu terdapat juga tujuh jenis Kuliner Tradisional Betawi yang memiliki sejarah ekologis, seperti; *Kerak Telor, Nasi Uduk, Sagon, Kue Akar Kelape, Pecak Tembang, Gabus Pucung, Gabus Garang Asem, Telubuk Sayur dan Tukis Daun Duren*. Makanan dengan bahan dasar kelapa merupakan hasil pengolahan hasil bumi (kelapa) yang banyak terdapat di daerah Cikini dan sekitarnya. Beberapa bahan kuliner seperti bunga duren, pucung dan aren merupakan hasil pengolahan hasil bumi. Tuak merupakan hasil dari pohon nira yang saat itu banyak ditemukan di daerah Condet, Pondok Gede dan beberapa wilayah pinggiran Jakarta, sedangkan pecak tembang memiliki nilai sejarah bahwa pada pecak tembang merupakan pengolahan ikan asin (jenis bahan makanan murah) menjadi lebih enak.

Beberapa jenis Kuliner Tradisional mengalami perubahan baik alat masak yang digunakan, proses pembuatan, alat penyajian dan prosesi penyajian kuliner tersebut. Pada penelitian diketahui bahwa hampir semua jenis kuliner tradisional saat ini dimasak dengan tidak menggunakan alat tradisional sebagaimana dahulu kuliner tersebut dimasak. Hal ini paling tidak menunjukkan dua hal, yaitu kurangnya suplai alat masak tradisional dan sedikitnya minat masyarakat khususnya pengrajin kuliner untuk menggunakan dan melestarikan penggunaan alat masak tradisional. Hampir 25% jenis kuliner telah mengalami pembaharuan dalam proses produksi, dan lebih dari 33% telah mengalami perubahan dalam penggunaan alat penyajian dan proses penyajiannya. Banyaknya alat masak dan alat makan modern yang memberikan kemudahan bagi penggunaanya membuat peralatan tradisional mulai ditinggal. Sedangkan pada sisi lain, mempertahankan originalitas makanan tradisional bukan hanya pada rasa, bentuk dan kemasan saja, tetapi lebih jauh lagi. Mempertahankan kuliner tradisional juga bagian dari konservasi budaya, termasuk pada peralatan dan perlengkapan yang digunakan. Mempertahankan originalitas kuliner menjadi sulit saat ini mengingat banyak keterbatasan baik dari bahan makanan hingga bahan membuat alat masak. Tetapi menjaga originalitas menjadi hal utama dalam konsep konservasi budaya.

Modifikasi kuliner tradisional tidaklah sepenuhnya keliru, hanya saja modifikasi yang berlebihan hanya akan menjauhkan kuliner tradisioanal dari bentuk dan rasa aslinya.

Beberapa Kuliner Tradisional Betawi telah mengalami perubahan bentuk, sebagai contoh *roti buaya* yang saat ini dibuat dalam bentuk yang kecil dan dapat dikonsumsi kapan saja (diluar acara pernikahan) dan beberapa jenis kue yang saat ini dibuat dalam ukuran yang lebih kecil, *kue sagu* yang saat ini dikemas dalam plastik gelas kecil, bir *pletok* dan *nira* saat ini dikemas dengan menggunakan botol plastik, Selain itu banyak terdapat 59 kuliner yang mengalami perubahan bahan baku. Mayoritas adalah makanan ringan, dimana makanan asli Betawi terbuat dari tepung beras maupun tepung ketan, tetapi saat ini mulai diganti dengan terigu. Menurut catatan industri terigu baru dibangun di Indonesia pada tahun 1971 (Nursantiyah, 2009). Perkembangan teknologi pangan banyak merubah pola memasak pada masyarakat, teknologi beberapa bahan pangan dan bumbu serta produksi bumbu jadi menjadikan masyarakat banyak menggantikan bumbu basah dengan bumbu kering dan bumbu jadi. Hal yang sama terjadi pada bahan pelengkap kuliner. Terdapat 69 jenis kuliner yang mengalami modifikasi pada bahan pelengkapanya.

Selain klasifikasi umum, fungsi sosial, sejarah, pembaharuan dan modifikasi, penelitian juga mengklasifikasikan Kuliner Tradisional Betawi berdasarkan kandungan gizinya. Karbohidrat yang terkandung dalam makanan bukan hanya bersumber dari makanan pokok yang menjadi bahan utamanya, tetapi jenis tepung juga menjadi sumber karbohidrat. Jenis vitamin berasal dari sayuran dan buah-buahan yang digunakan dalam masakan, dan protein baik hewani maupun nabati bersumber dari lauk pauk yang menjadi bagian dari hidangan pokok dan beberapa digunakan sebagai bahan pelengkap dalam makanan selingan. Selain itu hasil studi juga menemukan beberapa jenis kuliner yang telah dimodifikasi, baik mengalami modifikasi pada bentuk, bahan baku, bumbu maupun alat pelengkapanya, ternyata Kuliner Tradisional Betawi juga mengalami banyak perubahan, diantaranya pembaharuan pada alat masak, proses memasak, alat penyajian dan prosesi penyajiannya. Hasil ekstrasi dari klasifikasi Kuliner Tradisional Betawi terlihat dalam Tabel berikut.

Tabel 3. Ekstraksi Hasil Inventarisasi Kuliner Tradisional Betawi

	Aspek	Jumlah
Klasifikasi Secara Umum	Hidangan Pokok	64
	Makanan Ringan	73
	Sambal	3
	Minuman	10
Fungsi Sosial	Acara khusus pada fase kehidupan	52
	Lebaran	23
	Makanan sehari-hari	90
Nilai Sejarah	Adaptasi Budaya Timur Tengah	6
	Adaptasi Budaya Eropa	4
	Adaptasi Budaya Cina	2
	Memiliki Nilai Sejarah pada Ekologi Budaya Betawi	9
	Mengalami pembaharuan pada alat masak	147

Nilai Pembaharuan	Mengalami pembaharuan pada proses	5
	Mengalami pembaharuan pada alat penyajian	22
	Mengalami pembaharuan pada prosesi penyajian	60
Modifikasi kuliner	Mengalami modifikasi pada bentuk	13
	Mengalami modifikasi pada bahan baku	0
	Mengalami modifikasi pada bumbu	13
	Mengalami modifikasi pada bahan pelengkap	19
Kandungan zat makanan	Mengandung Karbohidrat	87
	Mengandung Vitamin	58
	Mengandung Mineral	150
	Mengandung Protein Hewani	57
	Mengandung Protein Nabati	70

Sumber : Data primer (2016), merujuk pada lampiran no:

Makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok, begitu juga pada masyarakat Betawi. Pada masyarakat Betawi nasi merupakan makanan pokok sebagai asupan karbohidrat, selain itu tambahan sayur mayur dan buah-buahan yang banyak didapatkan dari kebun merupakan sumber vitamin, protein dan mineral bagi masyarakat Betawi. Sedangkan kebutuhan lemak didapatkan dari hewan-hewan ternak.

Kuliner selalu lekat dengan kehidupan sosial budaya masyarakat, begitu juga pada masyarakat Betawi. Pada budaya betawi terdapat beberapa perayaan atau upacara sesuai dengan daur hidup manusia, dari dalam kandungan, lahir, bayi, masa kanak-kanak, remaja, menikah dan meninggal dunia.

Fase Kandungan. Pada fase ini Masyarakat Betawi mengenal sebuah acara yang dinamakan “nujuh bulanan”, upacara yang berkaitan dengan masa kehamilan 7 bulan. Nujuh diambil dari jumlah hari yang berjumlah 7 hari. Bilangan tujuh dipakai sebagai patokan pada upacara nujuh bulan. Maksud upacara untuk mendapatkan rasa aman dengan membaca Al-Quran surah Yunus dan Maryam. Agar anaknya jika perempuan akan secantik Maryam dan Nabi Yunus as serta memohon keberkahan dan perlindungan pada-Nya agar anak yang akan dilahirkan kelak bisa lahir dengan selamat, menjadi anak yang sholeh, berbudi luhur dan patuh kepada kedua orang tuanya. Kuliner yang wajib pada acara ini adalah rujak yang terdiri dari 7 macam buah-buahan, yaitu: buah delima, mangga muda, jeruk merah (jeruk Bali), pepaya mengkal, bengkuang, kedondong, ubi jalar, serta bumbu rujak yang terdiri dari gula merah (gula jawa), asam jawa, cabe rawit, garam, terasi, dan lain-lain. Buah delima merupakan salah satu buah yang wajib ada pada rujak nujuh bulanan, begitu juga jeruk bali merah. Menurut mereka, buah delima yang masak dan berwarna merah akan membuat bayi yang akan dilahirkan kelak sangat menarik dan disenangi orang. Jeruk Bali merah mempunyai maksud tersendiri. Jeruk merah biasanya rasanya manis dan enak dibuat rujak, dan bila dikupas kulitnya mudah terkelupas. Hal ini diumpamakan agar bayi yang akan

dilahirkan kelak akan mudah dan lancar serta tidak mengalami kesulitan, semudah mengupas jeruk merah tersebut.

Fase Lahiran. Pada fase ini bayi baru dilahirkan, dan masyarakat Betawi mengenal prosesi “mapas”. Upacara yang dilakukan apabila ada seorang ibu yang baru melahirkan. Pada upacara ini, si ibu yang baru melahirkan diharuskan memakan “sayur papasan” yang isinya terdiri dari berbagai macam sayur mayur agar si ibu tetap sehat, demikian juga bayi yang baru dilahirkannya.

Fase Bayi. Masa bayi disebut sebagai salah satu fase terpenting karena selama masa ini seorang individu mulai belajar dan memahami berbagai macam hal-hal. Fase bayi diawali dari lahirnya seorang manusia di muka bumi. Sebagai masyarakat yang religius Masyarakat Betawi melaksanakan syariat islam yaitu akikah, selain itu Masyarakat betawi juga melaksanakan prosesi puputan.

Puput Puser. Prosesi puput puser atau “puputan” adalah suatu upacara yang dilakukan apabila tali pusat bayi sudah lepas (puput). Orang Betawi mengadakan selamatan ala kadarnya. Biasanya masyarakat Betawi akan menyediakan Nasi kuning dengan lauk-pauknya dan bagi yang memiliki kemampuan lebih akan memasak ayam sempyok sebagai tambahan.

Akikah. Upacara selamatan untuk anak yang baru dilahirkan dengan memotong kambing, laki-laki 2 ekor kambing, perempuan 1 ekor kambing. Seperti yang diajarkan juga dalam agama Islam. Serta upacara bagi anak bayi berusia 40 hari, yaitu upacara mencukur rambut bayi. Selain itu biasanya masyarakat Betawi mengadakan acara pengajian dan membagikan Nasi Berkat (besek) yang terdiri dari nasi, lauk pauk, buah dan kerupuk kepada tetangga atau sanak saudara yang menghadiri acara tersebut. Daging kambing yang telah dipotong tersebut akan dimasak gulai atau disate dan kemudian di bagikan pada tetangga dan kerabat.

Fase Anak- anak. Pada saat ini sang bayi telah tumbuh dan telah mencapai usia kanak-kanak. Masyarakat Betawi merupakan masyarakat dengan mayoritas sebagai pemeluk Agama Islam yang cukup taat, oleh sebab itu, pada fase ini Masyarakat Betawi mengenal dua macam prosesi yaitu sunatan (bagi anak laki-laki) dan acara khatam Al’Quran.

Sunatan. Di masyarakat Betawi, sunat diartikan sebagai pembeda (seseorang yang sudah akil balig). Orangtuanya berembuk atau berdiskusi dan bermusyawarah dengan tetua atau sesepuh kampung untuk melaksanakan upacara sunat. Pada acara ini kuliner yang biasa disajikan adalah nasi kuning Betawi yang terbuat dari beras ketan dan lauk pauknya berupa semur daging, acar kuning, serondeng, bawang goreng, dan emping melinjo, selain itu pada masyarakat Betawi dalam kategori mampu biasanya akan menambah dengan ayam sempyok.

Khataman. Masyarakat Betawi adalah masyarakat yang religius. Sejak kanak-kanak anak-anak Suku Betawi telah dikenalkan dengan pendidikan agama khususnya mengaji,

sehingga tidak heran jika banyak ditemukan anak-anak yang sudah khatam Al'Quran. Dan bagi orang tua, sebuah kebanggaan saat anaknya sudah khatam Al'Quran sehingga biasanya masyarakat Betawi akan membuat acara "slametan Khataman". Khatam Qur'an di Betawi sering disebut Tamatan Qur'an. Upacara ini sangat penting bagi orang Betawi karena ini sebagai pertanda bahwa seseorang yang sudah melaksanakan upacara Tamatan Qur'an dianggap telah menjadi orang yang mengerti ajaran agama Islam. Pada prosesi ini kuliner yang disajikan adalah nasi kuning atau nasi uduk dengan lauk pauknya. Beberapa orang tua membuat nasi tumpeng

Fase Dewasa. Pada fase ini seorang pada komunitas Betawi telah dianggap matang baik secara psikologis maupun biologis, sehingga pada fase ini acara-acara yang dilakukan terkait dengan prosesi pernikahan. Pada fase dewasa mengenal tujuh prosesi yaitu; ngedeleng, ngelamar, bawe tande putus, sebar undangan, ngerudut, akad nikah, kebesaran, negot dan pulang tige ari.

Ngedelegin. Ngedelegin adalah mencari calon menantu perempuan yang dilakukan oleh Mak Comblang. Biasanya pada acara ini keluarga calon besan akan menyediakan teh atau kopi dan kue-kue tradisional.

Ngelamar. Pada prosesi lamaran pihak lelaki menyatakan permintaan pinangan kepada pihak perempuan. Pada acara ini dikenal istilah "Kue bacot" yaitu pemberian kue tradisional khas Betawi seperti wajik, dodol, geplak dan manisan kolang-kaling. Tradisi kue bacot diadakan setelah prosesi lamaran dari calon mempelai pria. Kue bacot diberikan pihak wanita kepada pihak pria sebagai balasan hantaran saat acara lamaran. Selain itu, kue tradisional tersebut juga boleh diberikan kepada tetangga sekitar rumah mempelai wanita dengan maksud pemberitahuan bahwa akan ada hajatan pernikahan dalam waktu dekat. Pada prosesi lamaran adat Betawi yang harus disiapkan adalah: Sirih lamaran, pisang raja, roti tawar, hadiah pelengkap dan Para utusan yang terdiri atas Mak Comblang, Dua pasang wakil orang tua dari calon tuan mantu terdiri dari sepasang wakil keluarga ibu dan bapak.

Bawa Tende Putus. Bawe tande putus merupakan pernyataan atau kesepakatan kapan pernikahan akan dilaksanakan. Pada prosesi ini biasanya keluarga calon besan menyediakan kue tradisional dan kopi atau teh sebagai sajian pada saat musyawarah keluarga tersebut.

Sebar Undangan. Saat tanggal pelaksanaan akad dan kebesaran (resepsi) telah ditentukan maka berikutnya adalah penyebaran undangan. Pada prosesi ini Masyarakat Betawi mengenal istilah "Nasi Jotan". Adapun rupa nasi jotan antara lain: nasi putih, ketan kuning bertabur serundeng, acar wortel dan ketimun, tumis buncis dan ikan bandeng bakar. Nasi jotan merupakan sebuah pemberian makanan dari keluarga mempelai wanita kepada tokoh masyarakat dan orang yang dituakan di kampung tersebut. Nasi jotan tersebut biasanya diberikan sehari sebelum hajatan nikah dilaksanakan. Pada beberapa masyarakat Betawi

membagikan rokok sebagai tanda jika si penerima diundang untuk menghadiri acara akad atau resepsi.

Ngerudat. Ini merupakan prosesi dimana rombongan keluarga pengantin laki-laki menuju rumah pengantin perempuan, seraya membawa serah-serahan seperti roti buaya, pesalin, sie, dan lain-lain. Prosesi ngerudat biasanya mengawali prosesi berikutnya yaitu akad nikah.

Akad Nikah. Akad nikah merupakan ikrar yang diucapkan oleh pengantin laki-laki di hadapan wali pengantin perempuan. Serangkaian acara akad nikah biasanya akan diawali dengan prosesi “Palang Pintu”. Pada prosesi ini biasanya keluarga mempelai wanita akan menyediakan “Sayur Besan” sebagai penghormatan kepada besan.

Kebesaran. Kebesaran atau saat ini biasa disebut resepsi, upacara kedua mempelai duduk di *puade* untuk menerima ucapan selamat dari keluarga dan undangan. Acara ini biasanya keluarga kedua mempelai akan mengundang sanak saudara, rekan-rekan dan tetangga untuk bersama-sama berbagi kebahagiaan. Pada proses ini keluarga mempelai wanita akan menyediakan beberapa jenis makan sebagai bentuk ungkapan terima kasih atas doa restu yang diberikan, kuliner yang biasa disajikan adalah : nasi uduk beserta lauk pauknya, kopi, teh, buah buahan, ketan kuning bertabur serondeng, tape uli dan beberapa jenis kue tradisional. Tetapi pada perkembangannya, saat ini tidak ada yang membedakan resepsi pernikahan Suku Betawi dan diluar Betawi karena kuliner yang disediakan pada setiap kegiatan sosial masyarakat termasuk pada prosesi pernikahan cenderung homogen dengan menyediakan variasi kuliner yang tergolong standar.

Negor. Prosesi berikutnya adalah negor, dimana prosesi ini merupakan upaya suami merayu istrinya untuk memulai hidup baru sebagai sebuah keluarga. Prosesi ini juga menjadi sangat sakral dan berarti bagi kehidupan kedua manusia yang akan bersama-sama membangun rumah tangga, dan menjadi bukti kesucian wanita sebagai istri.

Pulang Tiga Ari. Pulang tiga ari dilaksanakan saat pengantin laki-laki telah tiga hari menginap di rumah pengantin wanita. Acara ini diadakan di rumah keluarga pengantin lelaki sebagai ungkapan kegembiraan keluarga pengantin laki-laki bahwa saat ini anak mereka telah menjadi seorang imam bagi keluarganya. Pada saat pengantin laki-laki akan disuguhi teh atau kopi dan makanan kecil sebagai cemilan.

Fase Kematian. Upacara Kematian atau Haul atau tahlilan, diselenggarakan oleh para anggota keluarga apabila ada kematian. Mengadakan selamatan atau sedekahan, selamatan semacam ini juga diadakan pada waktu yang meninggal telah mencapai 7 hari, 40 hari, 100 hari, dan 1000 hari dari saat meninggalnya. Jenis kuliner yang biasa disajikan pada fase ini adalah:

- *Nasi begané.* Disebut *nasi begané* karena nasi putih dengan lauk-pauk utamanya adalah *begané*. Masakan *begané* adalah tumis kering ayam *cacag*

- *Tige ari* disediakan *dadar gulung*, *Tuju ari* disediakan nasi biasa lengkap. Malam lima belas disediakan ketupat sayur. Malam empat puluh disajikan ketupat sayur laksa dan sate pentul.
- Pada acara *haul* (peringatan 1000 hari) umumnya orang kaya menyediakan *nasi kebuli* dan *pacri*.

Selain kelima fase tersebut, masyarakat Betawi juga mengenal tiga acara sosial dan religi, yaitu; bikin/pinde rume, Nazar dan Lebaran. Bikin dan Pinde Rume Dilakukan saat orang Betawi akan melakukan pembangunan rumah dan pindah ke rumah yang baru. Sebagai masyarakat yang memiliki nilai kekerabatan yang cukup erat, maka prosesi ini biasanya akan dibuatkan sebuah perayaan tersendiri yaitu diadakannya pengajian dan membagikan nasi berkat yang isinya nasi kebuli, nasi uduk dan kue tradisional Betawi. Prosesi berikutnya adalah nazar. Masyarakat Betawi pinggir menyebutnya “ngucap” dan “kaulan” merupakan janji yang diniatkan dalam hati dan diucapkan dengan tegas serta dapat didengar oleh orang disekitarnya. Nazar itu harus dilaksanakan sesuai janji manakala tidak dilaksanakan akan berakibat buruk bagi si nazar, tidak ada informasi yang jelas terkait kuliner yang digunakan pada acara ini karena setiap nazar orang berbeda-beda. Yang terakhir adalah acara lebaran. Bagi orang Betawi, lebaran adalah salah satu puncak kegembiraan setelah menjalankan masa bakti dan ketakwaan. Untuk sampai pada tahap lebaran beberapa tahap lagi yang harus dilalui dengan baik dan benar. Orang Betawi mengenal paling sedikit tiga macam lebaran, yaitu lebaran Idul Fitri, Lebaran Haji, dan Lebaran Anak Yatim. Masyarakat Betawi mayoritas beragama islam, sehingga pada perayaan Lebaran masyarakat Betawi akan menyediakan makan besar bagi keluarga dan sanak saudara bahkan para tetangga. Makanan yang biasa disajikan pada saat lebaran adalah: Pesor, Ketupat, Sayur Goduk, Tape Uli, Kembang Goyang, Kue Jahe, Biji ketapang, Kue Kuping Gajah, Rendang Betawi, Serondeng, Ayam Sempyek, Kue Sempit, Kue, Satu, Sagon, Nasi Briani, Nasi Kebuli, Dodol, Kolang kaling.

Selain makanan yang telah disebutkan pada beberapa jenis prosesi diatas, Budaya Betawi juga memiliki variasi varian sambal, yaitu; Sambelan Lengkie, Sambal Honje dan Sambal Kencur. Ketiga jenis sambel tersebut pernah populer pada Masyarakat Betawi. Sambal Lengkie dengan bahan baku utamanya adalah Lengkie. Lengkie atauLo kio, atau Chives (*Allium Schoenoprasum*) adalah keluarga bawang-bawangan yang berukuran mini. Memiliki umbi lapis yang serupa dengan bawang merah. Bedanya, bawang kecil ini berwarna putih kehijauan, sedangkan bawang merah jika kering lapis umbi terluarnya berwarna merah dan daunnya panjang, sekitar 10-15 cm dan rasanya sangat khas. Saat ini Lengkie sulit untuk didapatkan terutama di kota besar, tetapi kadang masih dapat ditemukan pada pasar-pasar tradisional. Jenis sambal berikutnya adalah Sambal Honje. Bahan baku utamanya adalah

Honje. Honje (*Etlingera elatior*) atau Kecombrang, kantan adalah sejenis tumbuhan rempah dan merupakan tumbuhan tahunan berbentuk terna yang bunga, buah, serta bijinya dimanfaatkan sebagai bahan sayuran. Nama lainnya adalah kincung (Medan) sambel kincung, kincuang dan sambuang (Minangkabau) serta siantan (Malaya). Orang Thai menyebutnya kaalaa dan di Bali disebut kecicang. Sambal Honje memiliki kemiripan dengan jenis sambal yang sangat populer di daerah Pandeglang, Banten.

Overlay jenis kuliner pada sebuah daerah dengan daerah lainnya adalah hal yang sangat wajar mengingat kuliner adalah produk budaya, dan budaya diturunkan dan akan berpindah mengikuti mobilitas masyarakat tersebut. Dan yang terakhir adalah sambal kencur dengan bahan baku utamanya adalah kencur. Kekhasan dari sambal ini adalah sambalnya berwarna kekuningan sesuai dengan warna kencur. Rasanya yang sedikit getir membuat sambal ini memiliki keunikan rasa tersendiri dan untuk mengurangi rasa getir dari kencur biasanya kencur dibakar atau disangrai terlebih dahulu. Saat ini jenis sambal ini sudah sangat sulit untuk ditemukan, terlebih lagi dengan maraknya sambal instan, makin menjauhkan popularitas jenis sambal tersebut.

Pada saat ini variasi jenis kuliner ini sulit untuk ditemukan, setidaknya terdapat terdapat dua permasalahan pokok yaitu 1). Tidak ada lagi yang memasak dan 2). Kuliner dirasa kurang menarik baik secara rasa maupun tampilan sehingga masyarakat kurang menerima atau dengan kata lain jenis kuliner tersebut tidak diminati oleh masyarakat. Pada permasalahan pertama, tidak adanya masyarakat yang memasak bukan hanya karena pengolahan yang sulit, tapi bahan baku yang sulit untuk ditemukan, alat pengolahan yang kini sulit untuk ditemukan atau alat pelengkap tradisional yang ini mulai berganti juga menjadi permasalahan mengapa saat ini jarang atau bahkan tidak ada masyarakat yang memasak jenis kuliner tersebut. Kemudian untuk permasalahan kedua, kuliner dirasa kurang menarik baik secara rasa maupun tampilan, persepsi demikian yang akhirnya menggerus originalitas dari sebuah kuliner tradisional.

Kuliner tradisional mulai diadaptasi dengan selera modern sehingga munculkan jenis jenis kuliner *fussion*. Secara sosial apalagi bisnis, hal ini tidak salah, karena inilah dinamika masyarakat modern, dan beginilah konsekuensi pasar dimana pemasar harus menyesuaikan selera pasar. Tapi jika dipandang dalam frame budaya, hal tersebut menjadi keliru dan membahayakan, karena hal ini yang menyebabkan masyarakat semakin jauh dari budaya akarnya. Realita tersebut dapat dilihat secara empirik pada saat ini dimana masyarakat lebih mengenal dan tertarik untuk mengkonsumsi kuliner asing atau *fussion* dibanding dengan kuliner tradisional, dan ini juga terjadi pada Masyarakat Betawi.

Terjadi pergeseran fungsi dari beberapa makanan selingan yang ada di DKI Jakarta, perkembangan jaman membuat beberapa jenis makanan yang awalnya hanya dapat ditemui pada acara atau moment seremonial tertentu saat ini difungsikan sebagai kuliner atau

makanan sehari-hari. Selain itu banyak terdapat jenis variasi Kuliner Tradisional Betawi yang sama dengan Kuliner Tradisional dari wilayah lain seperti Jawa Barat, Jawa Tengah, bahkan terdapat beberapa kuliner yang sama dengan jenis kuliner yang terdapat di Sulawesi dan Sumatra. Hal ini dapat terjadi karena kuliner adalah salah satu produk budaya, dimana kebudayaan sebagai aktifitas atau pola tindakan manusia dalam masyarakat dan kebudayaan nonmaterial adalah ciptaan-ciptaan abstrak yang diwariskan dari generasi ke generasi. Kuliner adalah produk seni yang merupakan hasil cipta rasa dan karsa manusia dan sangat dipengaruhi oleh lingkungan sekitarnya.

6. BUDAYA MAKAN MASYARAKAT BETAWI

Budaya makan merupakan sebuah kebiasaan yang berlaku dalam masyarakat yang merupakan bagian dari ekspresi kebudayaan lokal yang merefleksikan tradisi, tingkat ekonomi, latar belakang pendidikan, dan arus informasi yang dianut pada masyarakat. Dalam masyarakat Betawi terdapat budayamakan yang berhubungan dengan kebiasaan makan, yaitu *nyarap*, makan siang, dan makan besar (makan malam). Kebiasaan *nyarap* berlangsung pada pagi hari. Kemudian makan siang biasanya berlangsung antara pukul 12.30 sampai 13.30. Namun tidak semua dapat berkumpul makan siang, karena mungkin ada anggota keluarga yang masih berada di luar rumah. Hidangan yang disajikan pada saat *nyarap* lebih sederhana, biasanya hanya kopi/teh dan makanan kecil seperti kue-kue tradisional ataupun ketan urap. Sedangkan untuk hidangan makan siang, komposisi hidangannya lebih lengkap, terdiri dari nasi, lauk pauk, sayur mayur, dan kadang-kadang dilengkapi dengan emping/kerupuk, perkedel, acar/lalapan berikut sambalnya. Hal yang terasa lebih istimewa adalah pada saat tradisi makan besar karena saat ini semua anggota keluarga sudah berkumpul di rumah. Hidangan yang disajikan pada saat makan besar terdiri dari nasi, lauk pauk, sayur mayur, ditambah hidangan pelengkap. Kadangkala masyarakat Betawi Asli menghidangkan makanan makan besar di *bale* atau di lantai yang diberi alas selain dikarenakan jumlah anggota keluarga yang cukup besar, menghidangkan makan di *bale* atau di lantai (*lesehan*) terasa lebih akrab. Seluruh keluarga *ngerium* (berkumpul) di tempat makan itu. Apabila mampu hidangan ditutup dengan pencuci mulut, misalnya kolak atau setup, bagi orang tua kadangkala sambil *ngupi*.

Sebagai pelengkap makan, keluarga masyarakat Betawi biasanya menggunakan alat-alat makan selain piring, sendok dan garpu, tetapi tak jarang juga ditemukan beberapa jenis makanan yang lebih cocok dimakan tanpa alat makan baik sendok maupun garpu. Sehingga penting untuk menyediakan tempat cuci tangan atau *centangan*. Terdapat beberapa mitos sebagai pantangan di waktu makan diantaranya: piring tidak boleh *ditampa* karena dianggap dapat mempersulit kedatangan rejeki; tidak dibenarkan makan *nyiplak*, yakni mengunyah makanan dengan menimbulkan bunyi-bunyian mulut yang bergemerisik; tidak boleh makan seperti kucing, yakni mencium-cium dulu makanan sebelum menyantap ataupun menjilati piring setelah makan; nyeruput kuah sayur langsung dari tempat sayur; makan di ambang pintu dan berdiri; makan sambil berbicara; makan sambil berjalan; apabila ada orang makan dilarang *nyantong*, yaitu berdiri memperhatikan orang makan dengan pandangan yang berselera; *celamitan*, yaitu meminta makanan orang lain. Adapun beberapa tindakan yang kurang terpuji, diantaranya: betahak atau sendawa dikala makan; kentut disaat makan tidak dibenarkan; makan sekenyang-kenyangnya sehingga *kemelekeren*; *mindu*, yaitu makan

diantara nyarap dan makan siang, atau makan siang dan makan besar, atau setelah makan besar. (Jakarta.go.id).

Perkembangan jaman pun merubah budaya makan masyarakat termasuk masyarakat Betawi Modern pada saat ini. Mobilitas yang cukup tinggi akhirnya membuat orang lupa untuk “nyarap”, bahkan saat ini sering ditemukan orang makan sambil berjalan, dimana kebiasa tersebut adalah salah satu hal yang tabu dilakukan pada masyarakat Betawi pada tempo dulu. Bahkan tradisi makan malam yang dahulu merupakan saat berkumpulnya seluruh anggota keluarga, sekarang jarang dilakukan, hal ini dikarenakan makin lamanya waktu yang harus di tempuh dari tempat beraktifitas ke rumah, sehingga waktu makan malampun sering kali dilewatkan di jalan. Pengetahuan orang terhadap polahidup sehat pun mendorong masyarakat untuk menjaga pola makan sehingga banyak orang yang mengurangi konsumsi beras karena dianggap tinggikarbohidrat dan menggantinya dengan makanan-makanan sehat rendah gula dan karbodidrat. Perubahan terjadi juga pada gaya hidup masyarakat,apabila di zaman dahulu makan berfungsi sebagai sarana untuk mengakrabkan keluarga, maka sekarang makan menjadi cara mencari kesenangan atau *relaxing* bersama relasi, teman-teman bahkan makan menjadi sebuah budaya dalam menunjukkan level sosial ekonomi seseorang dalam masyarakat. Perubahan jaman tidak dapat dihindari, hanya saja perlu dikendalikan, hal ini agar dalam perkembangan sosial budaya masyarakat khususnya pada masyarakat Betawi tidak semakin menjauhkan makna pelestarian budaya dengan modernisasi.

Berbicara kuliner maka sangat terkait dengan peralatan masak dan perlengkapan makan, dimana saat ini teknologi telah banyak menggeser eksistensi dari peralatan masak tradisional. Beberapa peralatan masak yang saat ini sudah mulai tergeser adalah: tungku api, anglo, langseng, kukusan, cobek, parutan dan ceret.

Tungku Api. Pada masa lalu masyarakat Betawi memasak dengan menggunakan tungku api, dimana saat itu belum dikenal kompor minyak maupun kompor gas seperti saat ini. Secara sederhana tungku biasanya hanya terbuat dari susunan batu bata, dan pada perkembangannya tungku kemudian memanfaatkan tanah liat yang dicetak sedemikian rupa dan dibakar supaya lebih praktis. Kayu yang sudah dikeringkan merupakan bahan bakar yang digunakan, selain itu bisa juga menggunakan ranting dan pelepah daun kelapa untuk menjaga nyala api agar tetap stabil, masyarakat Betawi biasa menggunakan semprong yaitu batang bambu atau pipa sepanjang kurang lebih 30 cm, alat ini digunakan untuk meniup api jika sekiranya nyala api mulai tidak stabil.



Gambar 13. Tungku Api

Anglo. Anglo adalah salah satu alat masak yang serupa dengan tungku yang berfungsi seperti kompor yang terbuat dari terakota (tanah liat). Bedanya adalah anglo tidak memiliki ruang pemanas tertutup, sehingga api pembakar terbuka langsung dari bahan bakarnya. Anglo adalah salah satu alat untuk membuat kerak telur pada Masyarakat Betawi.



Gambar 14. Anglo

Langseng. Langseng adalah alat untuk memasak yang memiliki dua bagian terpisah yang kemudian digabung saat memasak, dimana yang bawah berisi air, yang atas berisi makanan yang mau dimasak. Biasanya masyarakat Betawi menggunakan langseng untuk

menanak nasi. Tapi saat ini alat ini sudah jarang digunakan, dan berganti dengan *rice cooker* yang menawarkan kemudahan dalam mengoperasikan.



Gambar 15. Langseng

Kukusan. Kukusan adalah alat masak yang terbuat dari bambu yang dianyam sedemikian rupa. Bentuknya kerucut dan biasanya masyarakat Betawi tempo dulu menggunakan kukusan bersamaan dengan langseng untuk menanak nasi atau mengukus bahan makanan yang lain.



Gambar 16. Kukusan

Cobek dan Ulekan. Cobek dan ulekan adalah alat yang biasa digunakan untuk menghaluskan bumbu maupun menghaluskan bahan makanan yang lain. Bahan yang digunakan untuk membuatnya adalah batu kali, tetapi beberapa daerah menggunakan kayu sebagai bahan pembuatan cobek dan ulekan ini. Kini kedua alat ini jarang digunakan terganti oleh *blender*, yang secara mudah dan praktis dapat menghaluskan bumbu dan bahan-bahan makanan yang akan diproses dalam teksturyang halus.



Gambar 17. Cobek dan Ulekan Batu



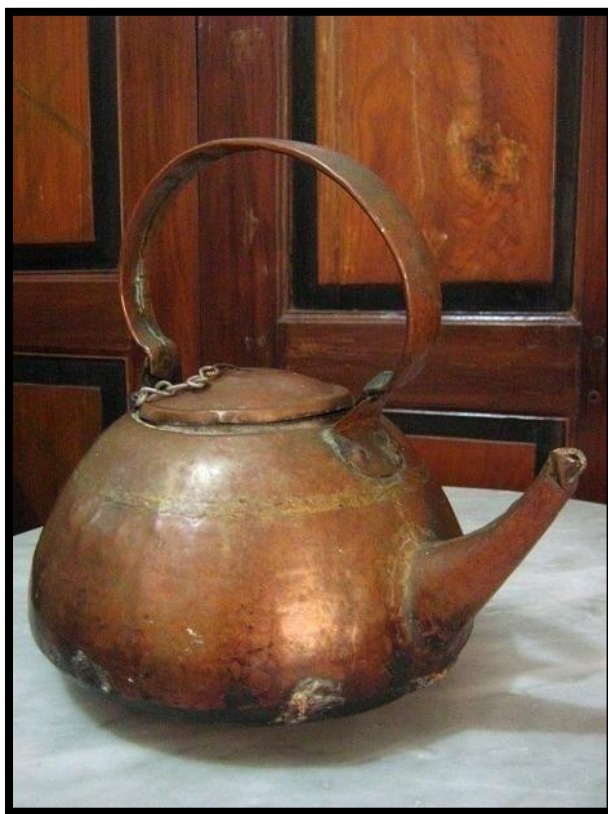
Gambar 18. Ulekan dan Cobek kayu

Parutan. Parutan juga merupakan salah satu alat bantu masak yang saat ini sudah jarang digunakan. Parutan adalah alat untuk memarut kelapa, singkong dan bahan makanan lain. Hasil bahan makanan yang dihasilkan tidak sehalus yang dihasilkan jika dihaluskan dengan menggunakan cobek dan ulekan. Parutan terbuat dari kayu atau beberapa parutan saat ini terbuat dari plastik dan di satu sisinya diberi paku-paku halus atau jarum-jarum halus, kemudian pada sisi ini bahan baku makanan akan diparut sehingga menghasilkan bahan makanan yang siap digunakan untuk proses berikutnya. Pada saat ini dengan maraknya produk santan instan dan banyaknya jasa pamarutan kelapa sehingga alat ini sudah sangat jarang ditemukan.



Gambar 19. Parutan

Ceret. Ceret adalah alat untuk memasak air yang terbuat dari kuningan ataupun aluminium. Ceret saat ini jarang digunakan khususnya oleh masyarakat Betawi saat minuman dalam galon makin marak digunakan dalam rumah tangga menggantikan pola konsumsi air tanah. Sulitnya mendapatkan kualitas air tanah yang layak untuk dikonsumsi khususnya di kota besar seperti Jakarta, menjadikan minuman dalam galon dan penggunaan *dispenser* semakin marak digunakan. Selain itu memasak air minum dengan menggunakan ceret saat ini dianggap kurang praktis.



Gambar 20. Ceret

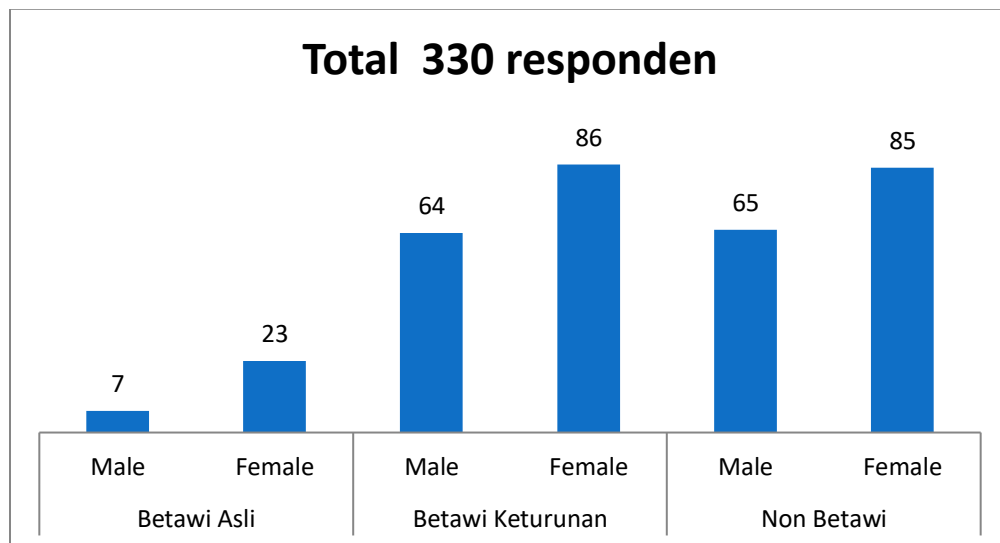
7. KULINER TRADISIONAL BETAWI DALAM FRAME SOSIAL MASYARAKAT

Eksistensi Budaya Kuliner Tradisional Betawi kini mulai tergerus oleh konsep modernisasi yang merupakan konsekuensi dari berkembangnya Jakarta menjadi Kota Megapolitan, bahkan Jakarta dinyatakan sebagai salah satu kota cosmopolitan terbesar di Asia Tenggara (Parami, 2006). Permasalahan utama pada masyarakat Urban seperti yang terjadi di Jakarta adalah terjadinya GAP antara konsep *modern society* dan konsep konservasi terhadap nilai tradisional (Ola, 2015; Ojukwu dan Ezenandu, 2012), hal inilah yang menyebabkan Kuliner Tradisional Betawisaat ini bukan lagi menjadi yang kuliner superior di Jakarta. Perkembangan Kota memberi pengaruh yang cukup signifikan pada pola sosial kehidupan masyarakat (Pisman, Georges and Piet, 2011). Preferensi masyarakat perkotaan bergeser seiring dengan dinamika modernisasi yang berlaku secara global (O'Callaghan; 2017), begitu juga terjadi pada masyarakat Jakarta, dimana preferensi mulai bergeser pada kuliner *western*, *eastern* dan *fussion*. Sebagaimana disampaikan Mufidah (2012) bahwa *fastfood* kini menjadi salah satu pilihan bagi masyarakat perkotaan yang sibuk dengan aktifitasnya. Sehingga makin menjauhkan kehidupan masyarakat dari nilai-nilai akar budaya yang terefleksi dari variasi Kuliner Tradisional Betawi.

Masyarakat memiliki peranan yang penting dalam konsep "*culture conservation*" khususnya budaya kuliner, karena dalam hal ini masyarakat memiliki peranan ganda yaitu sebagai produsen dan konsumen. Masyarakat berperan sebagai produsen (Cecily, Tanya, Parker; 2008, Hai dan Tran; 2015), yang membuat dan menyediakan kuliner minimum dalam *scope* rumah tangga, sehingga diseminasi variasi kuliner dalam lini terendah (rumah) menjadi tanggungjawab masyarakat. Saat beberapa jenis kuliner mulai tidak dihidangkan lagi di rumah maka hilanglah pengetahuan dan berkurangnya minat terhadap variasi kuliner tersebut. Sehingga diseminasi kuliner antar generasi adalah tugas masyarakat dalam usaha konservasi budaya kuliner. Kemudian peranan berikutnya adalah masyarakat sebagai konsumen (Carrigan dan Ahmad; 2001), dimana kita tahu, perkembangan dan mobilitas masyarakat yang tinggi menjadikan restoran (dengan berbagai klasifikasinya) sebagai pilihan masyarakat untuk menikmati atau mengkonsumsi kuliner dengan variasinya, sehingga keberpihakan masyarakat untuk mau menikmati kuliner tradisional khususnya Betawi menjadi tanggungjawab masyarakat (Untari, 2016). Sebagaimana kita tahu bahwa saat permintaan terhadap sebuah produk menurun atau bahkan tidak ada, maka pasarpun lama-kelamaan tidak akan menyediakan jenis kuliner tersebut. Sehingga lambat laun variasi Kuliner Tradisional Betawi akan terdistorsi.

Untuk dapat memetakan permasalahan dalam pengembangan Ekowisata Kuliner Tradisional Betawi dengan menjadikan Kuliner Tradisional Betawi sebagai *mind product*

dari pengembangan Ekowisata Kuliner di DKI Jakarta, diperlukan metode dan pendekatan yang komprehensif. Pada tahap uji representasi, peneliti melibatkan 330 responden; 30 masyarakat Betawi Asli, 150 masyarakat Betawi Keturunan dan 150 masyarakat non Betawi. Gambar 24 menunjukkan profil masing-masing komunitas. Untuk melihat permasalahan secara lebih komprehensif, maka uji representasi meliputi dua tahapan yaitu, pengklasifikasi jenis kuliner dan memetakan pengetahuan nilai sosial budaya Kuliner Tradisional Betawi per-komunitas dan per-wilayah



Sumber : Pengolahan data primer, 2016

Gambar 21. Profil Responden Dari Masing-Masing Komunitas

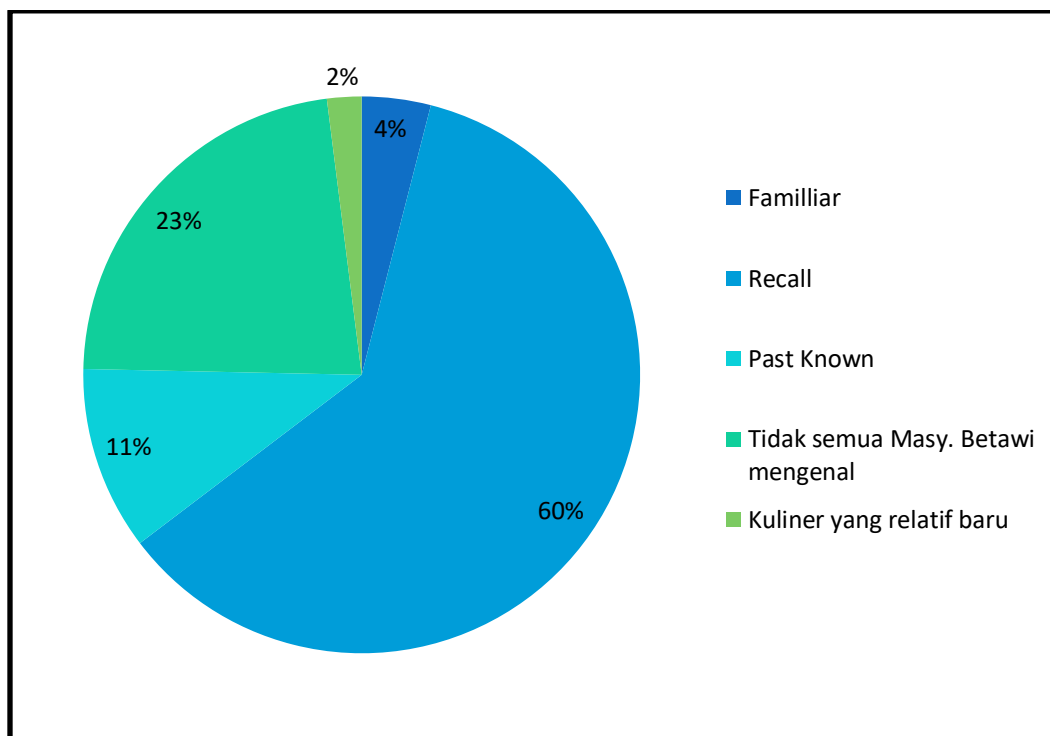
Pengklasifikasian jenis Kuliner Tradisional Betawi.

Hasil studi menunjukkan bahwa terdapat lima klasifikasi jenis kuliner yaitu *Familliar*, *Recall*, *Past known*, kuliner Tradisional Betawi yang bersifat lokal dan jenis kuliner yang dianggap baru. Penelitian dilakukan dengan melibatkan tiga komunitas yaitu Betawi Asli, Betawi Keturunan dan Non Betawi di kelima wilayah administratif DKI Jakarta.

Terdapat enam jenis kuliner yang secara *familliar* dikenal oleh masyarakat secara umum. Keenamnya adalah : Kerak Telor, Gado-gado, Soto Betawi, Roti Buaya, Nasi Uduk dan Asinan Betawi. Dapat dibayangkan, hanya enam dari seratus lima puluh variasi Kuliner Tradisional Betawi yang sangat dikenal saat ini. Sedangkan sembilan puluh satu kuliner (mayoritas) masuk dalam klasifikasi *recall* yang artinya hanya sebagian masyarakat yang mengenal jenis kuliner sebut. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara pada masyarakat, jenis kuliner yang masuk dalam kategori *recall* ini merupakan kuliner “*rumahan*” dan “*jajan pasar*” yang seringkali ditawarkan sebagai hidangan sarapan. Disini terlihat saat jenis kuliner tersebut tidak dihidangkan dan ditawarkan sebagai kuliner yang menjadi konsumsi sehari-

hari, maka lambat laun semakin banyak jenis kuliner yang terlupakan. Sehingga tampak sekali peranan rumah tangga dalam diseminasi variasi kuliner (Suharti dan Suwarjo, 2015).

Dalam penelitian ini, telah ditemukan enam belas jenis kuliner yang masuk dalam kategori *past known*, bahkan terdapat 34 jenis kuliner yang tidak dikenal secara general oleh semua responden dari komunitas masyarakat Betawi Asli. Dan terdapat tiga jenis kuliner yang dianggap baru. Kuliner itu adalah Nasi Goreng Kambing, Nasi Gila dan Nasi Goreng Gila. Gambar 25 menunjukkan persentase dari masing-masing klasifikasi kuliner dan disini terlihat bahwa presentase secara umum jumlah kuliner familiar masih sangat sedikit bahkan lebih kecil dibandingkan jumlah kuliner *past known*. Hal ini menjadi sebuah ancaman, manakala perhatian dalam mengkonservasi kuliner Tradisional Betawi tidak segera dilakukan, maka semakin banyak Kuliner Betawi yang hilang dan makin sedikit Kuliner Betawi yang dianggap populer karena tidak dapat bersaing dengan Kuliner Modern yang memiliki modal *capital* lebih besar.



Sumber : Data primer (2016)

Gambar 22. Klasifikasi Kuliner Tradisional Betawi

Terdapat enam jenis kuliner yang secara familliar dikenal oleh masyarakat secara umum. Keenamnya adalah : Kerak Telor, Gado-gado, Soto Betawi, Roti Buaya, Nasi Uduk dan Asinan Betawi. Dapat dibayangkan, hanya enam dari seratus lima puluh variasi Kuliner

Tradisional Betawi yang sangat dikenal saat ini. Sedangkan sembilan puluh satu kuliner (mayoritas) masuk dalam klasifikasi *recall* yang artinya hanya sebagian masyarakat yang mengenal jenis kuliner sebut. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara pada masyarakat, jenis kuliner yang masuk dalam kategori *recall* ini merupakan kuliner “*rumahan*” dan “*jajan pasar*” yang seringkali ditawarkan sebagai hidangan sarapan. Disini terlihat saat jenis kuliner tersebut tidak dihidangkan di rumah dan atau ditawarkan sebagai kuliner yang menjadi konsumsi sehari-hari maka lambat laun semakin banyak jenis kuliner yang terlupakan. Sehingga tampak sekali peranan rumah tangga dalam mendiseminasikan variasi kuliner (Suharti dan Suwarjo, 2015).

Dalam penelitian ini, telah ditemukan enam belas jenis kuliner yang masuk dalam kategori *past known*, bahkan terdapat 34 jenis kuliner yang tidak dikenal secara general oleh semua responden dari komunitas masyarakat Betawi Asli. Dan terdapat tiga jenis kuliner yang dianggap baru. Kuliner itu adalah Nasi Goreng Kambing, Nasi Gila dan Nasi Goreng Gila. Nasi goreng kambing sendiri berdasarkan wawancara pada pengusaha “*Nasi Goreng Kambing Kebon Sirih*”, didirikan sejak tahun 1958. Jika merujuk pada undang-undang Cagar Budaya no 11 tahun 2010 Bab III pasal 5 yang menyatakan bahwa benda, bangunan, atau struktur dapat diusulkan sebagai Benda Cagar Budaya, Bangunan Cagar Budaya, atau Struktur Cagar Budaya apabila memenuhi kriteria salah satunya berusia 50 (lima puluh) tahun atau lebih, maka seharusnya Nasi Goreng Kambing menjadi salah satu *Heritage* Budaya Betawi. Tetapi karena mobilitas masyarakat dan promosi di masa lalu yang sangat minim, sehingga eksistensi Nasi Goreng Kambing kurang dikenal oleh masyarakat umum di masa lalu, sehingga tidak semua masyarakat Betawi pada masa itu mengetahui keberadaan Nasi Goreng Kambing.

Kompleksitas permasalahan dalam memperkenalkan dan menjaga eksistensi Kuliner Tradisional Betawi di Jakarta sangat tinggi. Melihat dinamika Kuliner Tradisional Betawi saat ini paling tidak terdapat empat perspektif didalamnya, pertama keluarga sebagai lembaga sosial primer, peranan wanita sebagai agen internalisasi budaya, sistem pemasaran dan ketersediaan bahan baku pangan di DKI Jakarta.

Keluarga sebagai kelompok primer dalam tatanan masyarakat seharusnya dapat berperan maksimal dalam pewarisan nilai budaya; sebagai suatu proses peralihan nilai-nilai budaya melalui proses belajar (Waridah, 2000) selain itu keluarga juga merupakan sarana sosialisasi primer bagi seseorang untuk mengenal dan belajar tentang budaya yang dimilikinya (Fitriyani, Suryadi, Syam; 2015), tetapi pada kenyataannya *culture ethnic awareness* tidak terbangun secara sempurna pada Masyarakat Betawi. Hal ini yang menyebabkan pengetahuan nilai sosial budaya Kuliner semakin terdegradasi.

Keluarga merupakan institusi pertama dan utama dalam pembentukan karakter dan kepribadian anak serta memegang peranan penting dalam internalisasi kebudayaan dalam

sebuah generasi. Dalam hal ini, orang tua sebagai *primary caregiver* harus mampu menjalankan fungsi dan peranannya semaksimal mungkin sebagai agen sosialisasi dan agen diseminasi nilai sosial budaya kuliner pada anaknya. Melalui internalisasi budaya yang dimulai dari keluarga maka nilai sosial budaya Kuliner Betawi akan lestari.

Peranan Wanita dalam Internalisasi Budaya. Gender sebagai konstruksi budaya dapat dijumpai di berbagai etnis di Indonesia termasuk pada masyarakat Betawi. Dalam Budaya Etnis Betawi perempuan ditempatkan sebagai pekerja di sektor domestik dan dominasi laki-laki di sektor publik. Hal itu terjadi berdasarkan asumsi bahwa perempuan secara fisik lemah namun memiliki kelembutan dan kesabaran, sementara laki-laki memiliki fisik lebih kuat sekaligus berperangai kasar.

Terkait dengan sosialisasi budaya, dimana keluarga merupakan tempat terjadinya proses pengenalan nilai-nilai kebudayaan kepada anak, terjadi interaksi dan pendisiplinan pertama yang dikenalkan dalam kehidupan sosial (Khairuddin, 1997) maka Wanita Betawi memiliki peranan yang sangat tinggi dalam konsep internalisasi budaya antar generasi. Proses internalisasi berpangkal dari hasrat-hasrat biologis dan bakat naluri yang sudah ada dari warisan dalam organisme tiap individu yang dilahirkan. Akan tetapi, yang mempunyai peranan terpenting dalam hal membangun manusia kemasyarakatan itu adalah situasi-situasi sekitar, macam-macam individu lain di tiap-tiap tingkat dalam proses sosialisasi dan enkulturasinya (Koentjaraningrat, 1980). Melalui internalisasi inilah anak-anak akan diajarkan oleh orang tua dan anggota keluarga lainnya aturan atau norma-norma yang harus mereka patuhi. Dalam pelaksanaan sosialisasi banyak komponen terkait di dalamnya. Semua ini mempunyai dampak dan pengaruh terhadap proses maupun keberhasilan sosialisasi, baik di lingkungan keluarga maupun di lingkungan masyarakat.

Hasil studi dengan mengekstraksi hasil rekapitulasi antara responden laki-laki dan wanita dan dengan uji kesesuaian media K Sample, maka diketahui bahwa terdapat perbedaan pengetahuan yang cukup signifikan antara responden laki-laki dan perempuan (Asymp. Sig. 0,000). Hal yang sama pada hasil studi dengan membandingkan rata-rata pengetahuan antar responden wanita pada komunitas Betawi Asli dan komunitas Non Betawi, tidak terdapat perbedaan yang cukup signifikan (Asymp. Sig 0,000). Berbeda dengan responden wanita pada komunitas Betawi Keturunan, terdapat perbedaan pengetahuan yang cukup signifikan (Asymp. Sig 0,340). Hal ini mengimplikasikan GAP antara peranan Wanita Betawi dan Keberlanjutan pengetahuan Kuliner Betawi yang merupakan produk Budaya Betawi. Secara teori, wanita memiliki peran tradisi yang menempatkan perempuan dalam fungsi reproduksi; mengurus rumah tangga, melahirkan dan mengasuh anak, serta mengayomi suami (Ahdiah, 2013), sehingga seluruh waktu dicurahkan untuk keluarga termasuk didalamnya mensosialisasikan pengetahuan Kuliner Betawi dengan menyajikan variasi Kuliner Betawi pada menu sehari-hari, tetapi kenyataannya, Wanita

Betawi belum mampu melaksanakan fungsinya dengan baik, hal tersebut dapat dilihat dari kurangnya deseminiasi pengetahuan kuliner dari Wanita Betawi Asli kepada Wanita Betawi Keturunan, hal ini dapat dilihat dari jumlah pengetahuan variasi kuliner yang mulai terdegradasi. Sedangkan dengan pengetahuan Kuliner Betawi dimiliki saat ini Wanita Betawi Keturunan yang akan melaksanakan fungsinya sebagai *introducer* pengetahuan Kuliner Betawi pada generasi selanjutnya. Hal ini harus mulai menjadi perhatian bahwa mempersiapkan wanita generasi saat ini sebagai *culture agent* untuk menjaga keberlanjutan budaya lokal pada masa yang akan datang.

Nilai dan perilaku gotongroyong bagi masyarakat Betawi sudah menjadi pandangan hidup. Dengan pola kekerabatan yang cukup erat maka setiap kegiatan besar di satu keluarga maka akan melibatkan masyarakat disekitarnya. Nilai kegotong royongan itu dalam sistem budaya orang Indonesia secara umum mengandung empat konsep, yaitu: (1) manusia itu tidak sendiri di dunia ini, tetapi dikelilingi oleh komunitasnya, masyarakatnya, dan alam semesta sekitarnya. Di dalam sistem mikrokosmos ia merasakan dirinya hanya sebagai unsur kecil saja yang ikut terbawa oleh proses peredaran alam semesta yang maha besar itu, (2) dengan demikian, manusia pada hakikatnya tergantung dalam segala aspek kehidupannya kepada sesamanya, (3) karena itu, ia harus selalu berusaha untuk sedapat mungkin memelihara hubungan yang baik dengan sesamanya terdorong oleh jiwa sama rata, sama rasa, dan (4) selalu berusaha untuk sedapat mungkin berbuat sama dengan sesamanya dalam komunitas, terdorong oleh jiwa sama tinggi, sama rendah (Bintarto, 1980)

Terkait dengan peranannya dalam masyarakat, wanita dengan fungsinya sebagai penggerak sektor domestik dalam kehidupan sosial masyarakat Betawi, maka wanita memiliki peranan yang cukup tinggi dalam diseminasi pengetahuan kuliner antar generasi. Dalam berbagai acara seremonial wanita pada Masyarakat Betawi secara bergotong royong melaksanakan tanggungjawab dalam memilih, menyiapkan dan menyajikan jenis kuliner yang akan dihidangkan. Gotong royong semacam ini bersifat statis karena merupakan suatu tradisi yang diterima secara turun temurun dari generasi pertama ke generasi berikutnya (Sudrajat, 2014). Tetapi pada jaman modern saat ini konsep gotong royong dan kebersamaan sulit untuk dipertahankan. Secara empirik kita dapat melihat bahwa peranan jasa penyedia kuliner saat ini, mulai menghilangkan nilai-nilai romantisme dari prosesi masak bersama padahal, kegiatan gotong royong dapat menumbuhkan solidaritas dan menjaga hubungan silaturahmi antar masyarakat. Hasil studi menunjukkan bahwa pada masa lalu, wanita pada usia rentang usia 13-15 tahun sudah mahir dalam memasak dan memiliki tanggungjawab untuk membantu bergotong royong dalam kegiatan memasak bersama sehingga pada usia kurang lebih 10 tahun wanita Betawi pada jaman dahulu telah diperkenalkan dengan kegiatan memasak. Hal ini berbeda jauh dengan apa yang terjadi pada saat ini. Survei yang dilakukan oleh Meat & Livestock Australia (MLA) pada 2011 kembali menjadi penguat anggapan

tersebut. Dalam survei itu, 250 ibu bekerja di Jakarta dilibatkan. Hasilnya, data menunjukkan bahwa hanya 2 dari 10 ibu yang memasak untuk keluarganya pada akhir pekan. Adapun delapan orang lainnya, lebih memilih makan di luar. Mereka menganggap bahwa makan di luar lebih praktis (Kompas.com, diunduh: 24/05/2017, 08:58 WIB). Maka yang terjadi pengetahuan kuliner keluarga sangat tergantung pada variasi kuliner yang disediakan di Pasar, sedangkan pasar hanya akan merespon permintaan pasar yang tinggi. Dengan demikian mengenalkan variasi Kuliner Tradisional Betawi pada Wanita Jakarta menjadi salah satu amunisi untuk dapat mengenalkan variasi kuliner secara lebih luas.

Tata kelola pemasaran Kuliner Tradisional Betawi yang masih sangat sederhana menjadi penghalang dalam penetrasi pasar secara global. Secara umum faktor yang mempengaruhi seseorang dalam memilih makanan adalah minat, latar belakang pengetahuan, asumsi dan kepribadian (Almerico dan Tampa, 2014). Fakta empirik menggambarkan bahwa ketertarikan masyarakat Jakarta terhadap Kuliner Tradisional Betawi sangat rendah (Martia dan Untari, 2012). Pemasar dan penyedia Kuliner Tradisional Betawi masih kurang mampu dalam membangun sistem pemasaran yang baik sehingga dapat meningkatkan *product awareness* dan *product interest* pada masyarakat. Hal ini yang kemudian mengancam *market sustainability* dari produk Kuliner Tradisional Betawi

Dalam perkembangannya saat ini, jenis kuliner yang banyak dipromosikan adalah jenis kuliner yang sudah sangat familiar sehingga terjadi pembiaran terhadap beberapa jenis kuliner yang mulai tidak dikenal, bahkan hanya menjadi pengetahuan dimasa lalu. Dalam 30 *icon* kuliner Nusantara yang ditetapkan oleh Kemenpar hanya mengangkat Gado-gado Betawi, Asinan Jakarta, Kue Lumpur Jakarta dan Bir Pletok, dimana jenis-jenis kuliner tersebut sudah dikenal dan saat ini mudah untuk didapatkan, tetapi jenis-jenis kuliner seperti telubuk sayur atau bubur ase yang saat ini mulai tidak dikenal dan sulit untuk ditemukan cenderung dibiarkan dan tidak banyak dipromosikan, sedangkan beberapa penelitian menyatakan bahwa promosi sangat mempengaruhi eksistensi pasar sebuah produk (Shallu and Sangeeta, 2013; Alhaddad, 2015; Krisztina, Athanasios, Polymeros, 2017).

Pasar memiliki peranan yang besar dalam meningkatkan *awareness* dan *interest* masyarakat terhadap Kuliner Tradisional Betawi. Sehingga membangun sistem tata kelola pasar yang baik dengan membangun Brand yang kuat dan meyakinkan kuantitas serta kualitas produk yang cukup, maka Kuliner Tradisional Betawi akan dapat kembali eksis pada pasar kuliner di DKI Jakarta. Tidak mudah dalam membangun sebuah tata kelola pemasaran yang optimal. Diperlukan *political will* dari Pemerintah sebagai koordinator dan regulator serta kemauan bersama untuk bersama-sama memajukan Kuliner Tradisional Betawi.

8. KETERSEDIAAN BAHAN BAKU PANGAN DI DKI JAKARTA

Selain masalah pemasaran dan promosi, keberlanjutan ketersediaan bahan baku kuliner menjadi permasalahan besar bagi masyarakat dan Pemerintah Propinsi DKI Jakarta. Tingginya urbanisasi di wilayah perkotaan menyebabkan akses pangan setiap rumah tangga tidak sama. Hal inimenjadikan salah satu masalah ketahanan pangan perkotaan (Anggrayni, Dini dan Merryana; 2015). Kurangnya lahan tanaman pangan dan tidak adanya *political will* dari Pemerintah Propinsi DKI Jakarta dalam menjaga keberlanjutan produksi tanaman pangan di DKI Jakarta menyebabkan kurangnya akses masyarakat terhadap bahan kuliner. Menurut World bank(2013), produksibahan makanan sendiri atau dalam kota dapatmemperpendek proses distribusi pangan dan dapatmengurangi harga jual sehingga meningkatkandaya beli masyarakat (akses pangan). Data BPS DKI Jakarta mencatat bahwa penurunan produksi tanaman pangan di DKI Jakarta. Tabel 9 berikut merupakan data produksi tamanan sayur dan buah pada kurun waktu 2015-2016.

Tabel 4. Produksi Tanaman Pangan DKI Jakarta

Produksi Tanaman Sayur					
	Bayam	Kangkung	Ketimun	Kacang Pangan	Petsai
2016	48.428	66.027	20	20	33.965
2015	56.995	102.229	226	16	46.886
Produksi Tanaman Buah-buahan					
	Mangga	Durian	Jeruk	Pisang	Pepaya
2016	20.279	356	93	19.563	3.411
2015	58.752	1001	142	20.619	5.042
Produksi Tamanan Bahan Tambahan Kuliner					
	Jahe	Lengkuas	Kencur	Kunyit	Temulawak
2016	5.227	2.777	1.319	2.617	1.302
2015	10.245	8.374	2.144	6.246	1.619

Sumber : Pengolahan data skunder, 2017

Kuantitas bahan makana memberi dampak yang signifikan terhadap eksistensi kuliner lokal (Kuliner Tradisional Betawi) di DKI Jakarta. Permasalahan ketersediaan lahan untuk tanaman pangan merupakan permasalahan utama yang dihadapi dalam pengelolaan kawasan urban, begitu juga yang terjadi di DKI Jakarta. Dengan mengembangkan dan mengarahkan kebijakan penggunaan lahan dengan mengedepankan tata kelola fungsi lahan sebagai lahan tanaman pangan maka diharap masyarakat DKI Jakarta dapat mengakses bahan kuliner yang kemudian akan berdampak pada keberlanjutan diversiti kuliner pada masyarakat Jakarta

9. MEMETAKAN PENGETAHUAN NILAI SOSIAL BUDAYA KULINER BETAWI

Sebelum menentukan metode statistik yang akan digunakan, maka peneliti melakukan uji normalitas data dan uji homogenitas. Untuk menentukan apakah data berdistribusi normal menggunakan Kolmogorov-Smirnov. Dengan membandingkan nilai alpha (5%) dengan nilai signifikasi hasil output pengolahan. Sedangkan uji homogenitas digunakan sebagai acuan untuk menentukan keputusan uji statistik dengan membandingkan output pengolahan homogenitas dengan nilai alpha (5%). Hasil output menunjukkan data tidak berdistribusi secara normalitas, pada setiap kategori dari setiap komunitas di masing-masing wilayah adalah $0.000 < \text{dari nilai alpha } (0,05)$. Hasil uji homogenitas juga tidak memperlihatkan hasil yang berbeda. Semua kategori dari setiap komunitas di masing-masing wilayah memiliki hasil output 0.000 yang artinya lebih kecil jika dibandingkan dengan nilai alpha 0,05. Sehingga dapat diartikan bahwa data bersifat heterogen. Dengan data yang tidak berdistribusi normal dan heterogen tersebut maka pengolahan data statistik berikutnya menggunakan metode statistik Non-Parametrik.

Uji Kesesuaian K Sample dilakukan untuk membandingkan pengetahuan variasi kuliner seluruh komunitas antar wilayah dan Uji Man-Whitney untuk membandingkan pengetahuan kuliner antara dua komunitas di Jakarta. Pengetahuan terhadap Kuliner Tradisional Betawi juga dipengaruhi oleh gaya hidup dan minat generasi muda yang makin menurun karena dianggap kurang menarik (Adiasih, 2015). Hasil pengolahan data pada uji kesesuaian media K Sample, diketahui bahwa tidak terdapat perbedaan pengetahuan antara komunitas Betawi Asli di kelima wilayah Jakarta (Asymp. Sig. 0,250). Begitu juga pada komunitas Betawi Keturunan, tidak terdapat perbedaan pengetahuan antara komunitas Betawi Keturunan di kelima wilayah Jakarta (Asymp. Sig. 0,118). Sedangkan terdapat perbedaan pengetahuan antara komunitas Non Betawi di setiap wilayah Jakarta (Asymp. Sig. 0.000). Distribusi merupakan salah satu faktor yang sangat mempengaruhi pengetahuan orang terhadap satu jenis kuliner (Yuliati, 2011). Hal ini sejalan dengan hasil observasi, bahwa pengetahuan kuliner komunitas Non Betawi sangat tergantung dengan ketersediaan pasar. Artinya saat di sebuah wilayah hanya dipasarkan beberapa jenis kuliner, maka komunitas Non Betawi hanya akan mengenal jenis kuliner yang dipasarkan tersebut. Berbeda dengan masyarakat Non Betawi atau Betawi Keturunan yang secara konsisten dapat membuat dan menghadirkan Kuliner Tradisional Betawi setiap saat ataupun pada seremonial tertentu.

Selain tingkat pengetahuan terhadap produk secara global, fakta berikutnya adalah beragamnya pemahaman terhadap nilai Sosial Budaya Kuliner Tradisional Betawi yang dimiliki oleh masyarakat Jakarta yang direpresentasikan dalam penelitian tahap ke-2.

Terdapat tujuh kategori (1 sampai 7), kategori 1 adalah kuliner dengan *score* nilai terkecil dan kategori 7 adalah kuliner dengan *score* paling tinggi. Kuliner dengan *score* paling tinggi ini yang seharusnya dikemudian hari harus di kembangkan, karena kuliner dalam kategori ini adalah kuliner yang paling merenpresentasikan Budaya Betawi. Realita yang didapatkan dari hasil penelitian bahwa tidak satupun Kuliner Tradisional Betawi yang masuk dalam kategori 7 dan 6. Hal ini paling tidak mengindikasikan dua hal, pertama bahwa masyarakat Betawi sebagai *culture agent* belum mampu menjalankan fungsinya secara maksimal, konsep-konsep *xenosentrisme* membawa masyarakat Betawi pada penilaian minor sehingga memberi *score* minim pada budaya kuliner yang dimilikinya. Kedua, hal ini dipengaruhi oleh sejarah panjang perkembangan Budaya Betawi yang mendapat pengaruh dari budaya suku dan etnis lain baik di Indonesia maupun dari Luar Negri (Purbasari, 2010; Rodzik, 2008). Sehingga banyak Kuliner Tradisional Betawi yang dianggap sama baik dari segi nama, bentuk warna, rasa hingga alat masak dan alat penyajiannya dengan kuliner dari suku lain. *Overlay* yang terjadi menjadikan Kuliner Tradisional Betawi dianggap kurang identik. Terdapat 34 jenis kuliner yang masuk dalam kategori 5, 37 jenis kuliner masuk dalam kategori 4, 36 jenis kuliner masuk dalam kategori 3, 41 kuliner masuk dalam kategori 2 dan 2 kuliner masuk dalam kategori 1. Pengkategorian kuliner ini sangat berguna untuk membangun sebuah Brand Kuliner Tradisional Betawi, sehingga pendekatan dalam membangun Identitas Regional wilayah DKI Jakarta terkait Budaya Kuliner bukan hanya berdasarkan pengetahuan dan permintaan masyarakat terhadap jenis kuliner tertentu. Tetapi seyogyanya pengembangan Identitas Kuliner Tradisional Betawi dikembangkan berdasarkan nilai sosial budaya yang dimiliki sehingga Kuliner yang dikembangkan benar-benar jenis kuliner yang dapat merepresentasikan Budaya Betawi.

Ouput hasil Uji Kesesuaian Median K sample menunjukkan bahwa terdapat perbedaan nilai sosbud antara ketiga komunitas (Asymp. Sig. 0.00). Hal ini dikarenakan terdegradasinya nilai sosial budaya yang dipahami oleh masyarakat Betawi Asli ke Masyarakat Betawi Keturunan, salah satu sebabnya adalah kurangnya diseminasi pengetahuan nilai-nilai sosial budaya kuliner dan kurangnya minat masyarakat Betawi Keturunan untuk memperdalam pengetahuan dan nilai-nilai akar budayanya. Sebagaimana dikatakan Sahrif et al (2012) bahwa pengetahuan terhadap kuliner tradisional merupakan representasi pengetahuan kolektif dari berbagai generasi, sehingga jika pembiaran terjadi pada satu generasi maka nilai-nilai tersebut akan terus terdegradasi pada generasi selanjutnya. Sedangkan dari sisi masyarakat NonBetawi, perbedaan nilai tersebut disebabkan kurang identiknya Kuliner Tradisional Betawi dan masih dipersepsikan sama dengan beberapa jenis kuliner dari wilayah lain. Selain itu Kuliner Tradisional Betawi yang dipasarkan saat ini hanya sebatas produk makanan, sehingga interpretasi budaya didalamnya jarang sekali diungkapkan.

10. EKSISTENSI PASAR KULINER TRADISIONAL BETAWI

Selain masyarakat yang berfungsi sebagai produsen dan konsumen, keberlanjutan eksistensi Kuliner Tradisional juga sangat tergantung pada pasar wisata kuliner (Okech, 2014), yang ada di Jakarta. Memetakan eksistensi pasar kuliner dan mengembangkan pasar kuliner membutuhkan dua pendekatan yang berbeda, yaitu pendekatan dari sisi *demand* dan pendekatan dari sisi *supply*. Pendekatan dari sisi *demand* memudahkan peneliti dalam menentukan segmen dan target pasar Kuliner Tradisional Betawi, karena secara umum wisata dengan basis produk cagar budaya bukan merupakan pasar yang homogen, sehingga menentukan segmen pasar memudahkan dalam mengidentifikasi grup konsumen (Tsotsou & Vasaioti, 2006).

Segmentasi dan target pasar merupakan aspek pertama yang harus diperhatikan dalam konsep pemasaran, kegagalan dalam memetakan segmentasi dan menentukan target pasar akan menjadikan program-program pemasaran yang dilakukan kurang efektif, bahkan dapat dikatakan produk tersebut akan sulit menentukan *positioning* pada pasar. Sedangkan pendekatan dari sisi *supply* dapat membantu peneliti dalam memetakan kekuatan, kelemahan dan persaingan pasar Kuliner Tradisional Betawi. Berdasarkan tingkat kepentingannya maka penelitian pada tahap berikutnya adalah memetakan posisi pasar Kuliner Tradisional Betawi Berdasarkan sisi permintaan dan penawarannya. Studi dilakukan delapan lokasi sentra kuliner di DKI Jakarta (Gambar 26) yaitu Setu Babakan, Kawasan Senen, Cipulir, Pejompongan, Kawasan Kebon Sirih, Kota Tua, Kelapa Gading dan Kawasan Blok S. Berikut rekapitulasi profil wisatawan.



Gambar 23. Lokasi Pengambilan Data

11. POSITIONING PERMINTAAN KULINER TRADISIONAL BETAWI.

Hasil studi pada tahap ini menunjukkan bahwa secara umum mayoritas pengunjung wisata kuliner merupakan wisatawan asal Jakarta (39 persen) dan sisanya berasal dari Banten, Bogor, Bekasi, Depok, Kota lain dan Luar negeri. Hal ini memperlihatkan bahwa selama ini Kuliner Tradisional Betawi hanya dikenal dan diminati oleh penduduk Jakarta, dan itu pun hanya beberapa jenis kuliner yang bersifat umum. Fakta lain adalah bahwa pengunjung wisata Kuliner Tradisional Betawi mayoritas adalah pelajar dan mahasiswa dengan *range* usia 26-45 tahun (49%) dengan penghasilan antara 2 juta hingga 5 juta (38%), serta mayoritas motivasi menikmati Kuliner Tradisional Betawi karena harganya yang murah (41%). Segmen pasar menengah kebawah mengindikasikan bahwa kuantitas pasar Kuliner Tradisional Betawi sangat tinggi hanya saja kualitas pasar Kuliner Tradisional Betawi yang masih kurang maksimal.

Masyarakat saat ini menempatkan Kuliner Tradisional Betawi sebagai kuliner yang cukup murah dan masuk dalam kategori *street food* (Aquino e al, 2015; Njaya, 2014). Dimana kategori *street food* ini menjadi pilihan bagi banyak orang karena mudah didapat, sebagaimana disampaikan Hiamey et al(2015) pada *Food and Agriculture Organization of the United Nations Accra*(2016) dan diposisikan sebagai kuliner kalangan menengah kebawah Haleegoah et al (2015) tetapi pada sisi lain, *street food* memiliki pasar tersendiri dan cukup luas pada masyarakat Urban. Chukuezi (2010). Dengan demikian pengembangan *street food* sebagai arah pembangunan Ekowisata Kuliner Tradisional Betawi saat ini akan mengarahkan pada pola peningkatan kuantitas penjualan. Pengembangan dalam pola ini memiliki sisi positif dan negatif. Sisi positifnya diantaranya akan semakin meningkatkan serapan tenaga kerja dengan peningkatan jumlah penyedia layanan dan restoran, dan meningkatnya keikutsertaan masyarakat dalam pengelolaan bisnis kuliner. Hanya saja sisi negatifnya yang kemudian akan timbul adalah terkait kelas dan eksklusifitas dari Kuliner Tradisional Betawi. Produksi masa dari Kuliner Tradisional Betawi tanpa standarisasi yang jelas akan memberi dampak berkurangnya kualitas dan nilai dari Kuliner Tradisional Betawi.

Permintaan terhadap produk kuliner khususnya Kuliner Tradisional tidak selalu stabil. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan terhadap Kuliner Tradisional betawi. Secara umum terdapat dua faktor dasar yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu faktor eksternal dan faktor internal.

Faktor Internal merupakan faktor yang asalnya dari diri seseorang atau individu. Keinginan seseorang untuk membeli dan mengkonsumsi Kuliner Tradisional sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor internal yaitu motivasi, persepsi, preferensi dan gaya hidup. Motivasi konsumen adalah kekuatan dorongan dari dalam diri individu yang memaksa mereka untuk melakukan tindakan dimana kekuatan dorongan tersebut dihasilkan dari suatu

tekanan yang diakibatkan oleh belum atau tidak terpenuhinya kebutuhan, keinginan dan permintaan (Schiffman dan Kanuk, 2007). Sedangkan persepsi merupakan proses dimana seseorang memilih, mengorganisasi dan mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti dari lingkungan sekitarnya (Saputra dan Samuel, 2013; Kotler & Armstrong, 2004). Faktor ketiga adalah preferensi. Preferensi merupakan pilihan atau dapat berarti kesukaan atau sesuatu hal yang lebih disukai (Raharjo, 2016). Dan faktor keempat yaitu gaya hidup yang merupakan perilaku seseorang yang ditunjukkan dalam aktivitas, minat dan opini khususnya yang berkaitan dengan citra diri untuk merefleksikan status sosialnya.

Faktor Eksternal merupakan faktor yang asalnya dari luar diri seseorang atau individu. Secara umum terdapat tiga faktor yang mempengaruhi permintaan seseorang terhadap produk kuliner; keluarga, kelas sosial dan budaya. Anggota keluarga dapat memberikan pengaruh yang sangat besar bagi keputusan pembelian seorang konsumen. Orang tua memberikan arah dalam tuntunan agama, politik, ekonomi, dan harga diri. Keluarga sebagai kelompok primer memberikan pengaruh yang cukup besar dalam mengenalkan sebuah kuliner pada seseorang dan berpengaruh terhadap preferensinya dikemudian hari. Faktor berikutnya adalah kelas sosial. Kelas sosial merupakan kelompok-kelompok yang keberadaannya relatif permanen di dalam tatanan suatu masyarakat dimana dalam satu kelompok akan terdiri dari orang-orang yang memegang nilai (value) yang sama, memiliki minat dan menunjukkan perilaku yang sama (Kotler & Armstrong, 2004). Keceragaman perilaku individu dalam kelompok tersebut menjadi ciri yang kemudian membentuk sebuah identitas. Berkembangnya jaman dan mendorong perilaku hedonis yang menjauhkan masyarakat dari kehidupan tradisional, memunculkan *image* bahwa tradisional adalah *oldist*. Pola gaya hidup tersebutlah yang kemudian makin memarginalkan nilai-nilai dari Kuliner Tradisional Betawi di DKI Jakarta. Faktor yang ketiga adalah Kebudayaan. Kebudayaan adalah nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan dan perilaku yang dipelajari oleh anggota suatu masyarakat. Mempelajari perilaku konsumen sama artinya dengan mempelajari perilaku manusia, sehingga perilaku konsumen dapat juga ditentukan oleh kebudayaan, yang tercermin pada kepercayaan (*belief*), kebiasaan dan tradisi (Kotler & Armstrong, 2004).

Tabel 5. *Positioning* Permintaan Kuliner Tradisional Betawi

No	LOKASI	Suku		Geografis								Demografi												Psikologis													
		Betawi	Non Betawi	DKI Jakarta	Depok	Bekasi	Bogor	Banten	Kota Lain di Indonesia	Luar Negeri	Usia				Gender	Us perkaw	Pendapatan/ bulan	Pendidikan	Pekerjaan				Motivasi		Pengetahuan												
											< 11	12 - 25	26 - 45	46 - 65					> 65	Perempuan	Laki - laki	Menikah	Tidak Menikah	< 2 juta	2 jt - 5 jt	5 jt - 10 jt	> 10 jt	SMA	Diploma - S1	S2 - S3	Pelajar / Mahasiswa	Karyawan	Wiraswasta	PNS/ ABRI	Lainnya	Unsur kenangan	Unsur eksplorasi
1	Setu Babakan	11	19	17	10	2	1	0	0	0	0	12	14	4	0	16	14	13	17	10	9	6	5	19	11	0	14	15	1	0	0	14	6	10	28	2	0
2	Cipulir	7	23	13	3	5	0	9	0	0	0	5	16	9	0	22	8	19	11	12	11	7	0	18	12	0	5	10	6	2	7	9	6	15	30	0	0
3	Kawasan Senen	4	26	10	2	4	3	3	6	2	0	5	22	3	0	20	10	16	14	6	16	2	6	11	18	1	6	20	4	0	0	4	6	20	28	2	0
4	Pejompong	5	25	15	1	8	1	1	3	1	0	14	16	0	0	16	14	11	19	2	14	9	5	6	18	6	10	15	5	0	0	11	14	5	25	4	1
5	Kebon Sirih	7	23	5	4	3	5	3	4	6	0	12	15	3	0	13	17	14	16	5	10	9	6	13	16	1	22	8	0	0	0	9	11	10	23	7	0
6	Kota Tua	10	20	9	5	1	2	2	4	7	2	11	14	3	0	15	15	20	10	5	10	9	6	14	16	0	16	12	2	0	0	13	11	6	28	0	2
7	Kelapa Gading	3	27	8	5	7	2	2	4	2	2	6	14	6	2	16	14	18	12	2	11	10	7	4	22	4	8	12	8	0	2	6	14	10	27	1	2
8	Blok S	8	22	11	5	5	2	2	3	2	0	11	16	3	0	12	18	9	21	6	9	9	6	19	11	0	22	8	0	0	0	3	4	23	29	0	1
Sub Total		55	185	88	35	35	16	22	24	20	4	76	127	31	2	130	110	120	120	48	90	61	41	104	124	12	103	100	26	2	9	69	72	99	218	16	6
Total		240		240							240					240		240		240				240			240					240			240		
Persentase		23	77	37	15	15	6,7	9,2	10	8,3	1,7	32	53	13	0,8	54	46	50	50	20	38	25	17	43	52	5	43	42	11	0,8	3,8	29	30	41	91	6,7	2,5

Sumber : Pengolahan data primer (2016)

Terkait dengan sektor pariwisata dan budaya, *Street food* adalah bentuk alternatif dari pariwisata dan pengembangan wilayah dimana *street food* merupakan bentuk keotentikan manusia, budaya dan alam menjadi aset utama. Tetapi masalah utama yang seharusnya menjadi perhatian adalah masalah keamanan pangan (Aquino et al, 2015; Haleegoah et al, 2015; Chukuezi, 2010) dan kurangnya fasilitas pendukung seperti ketersediaan air bersih, listrik yang memadai dan toilet umum (Njaya, 2014). Perlu sebuah penanganan khusus dengan membangun kelembagaan, regulasi, peningkatan kapasitas Sumber Daya Manusia serta sosialisasi penanganan makanan (*safety food*) kepada vendor sehingga pengusaha Kuliner yang telah ada saat ini dapat mendukung kegiatan pariwisata yang ada, khususnya di Jakarta.

Dalam usaha untuk meningkatkan kuantitas dan kualitas pemasaran Ekowisata maka setidaknya terdapat dua target pasar yang dapat dibidik. Pertama, untuk meningkatkan kuantitas pembelian maka *positioning* pasar dengan target pasar yang sudah ada harus terus dipelihara dan ditingkatkan melalui ekspansi pasar, dalam arti menambah outlet Kuliner Tradisional Betawi sehingga dapat pasar yang dapat dilayani semakin banyak dan kuantiti penjual akan meningkat. Sedangkan merujuk pada konsep ekowisata, dimana peningkatan kualitas menjadi fokus dalam pengembangannya, maka alternatif kedua adalah membidik target pasar baru yang lebih potensial menjadi pilihan, sebagaimana disampaikan oleh Sancoko (2015) pada penelitiannya, bahwa keterbatasan sumber daya mengharuskan pengusaha untuk lebih fokus pada target pasarnya. Di lain sisi, meningkatkan kelas pasar menjadi sebuah keharusan yang diiringi dengan perbaikan kualitas layanan dan perbaikan konsep pemasaran dan promosi, sehingga Kuliner Tradisional Betawi bukan hanya dikenal oleh warga Jakarta saja dan bukan hanya dinikmati karena harganya yang murah. Tetapi lebih jauh Kuliner Tradisional Betawi dipilih karena terdapat nilai *prestige* didalamnya.

Dengan peningkatan permintaan terhadap Kuliner Tradisional Betawi dengan mengedepankan interpretasi terhadap nilai sosial budaya Kuliner didalamnya, setidaknya memberikan dua dampak bagi masyarakat, yaitu dampak ekonomi dan dampak sosial. Peningkatan permintaan terhadap Kuliner Tradisional Betawi akan memberi dampak secara ekonomi bagi pengusaha dan pengrajin Kuliner Tradisional Betawi. Sedangkan secara lebih luas, dampak sosial yang akan terjadi yaitu Kuliner Tradisional Betawi mulai dikenal lagi dan sedikit demi sedikit akan mencapai titik popularitas kembali, sehingga Budaya Betawi melalui pengembangan Budaya Kuliner akan kembali menjadi Budaya yang identitas regional dari DKI Jakarta.

12. POSITIONING PENAWARAN KULINER TRADISIONAL BETAWI

Menilai kualitas manajerial usaha Kuliner Tradisional Betawi menjadi penting sebagai dasar untuk mengembangkan kualitas penyedia Kuliner Tradisional Betawi (*Food and Agriculture Organization of the United Nations* Accra, 2016). Kim, Y.J., dan Hancer, Murat (2010) menambahkan perlunya penekanan pada *knowledge management resource* untuk mengatasi keterbatasan inovasi produk dimana *knowledge management* dibutuhkan perusahaan agar dapat mengidentifikasi, menciptakan, menjelaskan, dan mendistribusikan pengetahuan agar dapat digunakan kembali, diketahui, dan dipelajari di dalam organisasi.

Penilaian terhadap kapasitas dan kualitas layanan pengusaha Kuliner dilakukan pada pengusaha kuliner di Setu Babakan, Kawasan Senen, Cipulir, Pejompongan, Kawasan Kebon Sirih, Kota Tua, Kelapa Gading dan Kawasan Blok S serta pengusaha *catering* dan *chef* di lima hotel di Jakarta. Masing-masing wilayah melibatkan lima pengusaha. Peneliti melakukan observasi dan menilai secara langsung terhadap eksisting keadaan manajerial pada tempat usaha tersebut. Tabel berikut merupakan rekapitulasi hasil penilaian terhadap kualitas manajerial usaha Kuliner Tradisional Betawi di Jakarta. Selain menilai kesiapan manajerial pengusaha kuliner, peneliti juga melakukan survei terkait pengetahuan terhadap variasi kuliner kepada para pemilik usaha dan *chef*. Hal ini diperlukan untuk mengetahui berapa banyak jenis kuliner yang mereka kenal, yang nantinya akan berpengaruh pada jumlah variasi kuliner yang mereka jual dan sajikan.

Hasil studi pada tahap ini memperlihatkan kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang dalam pengembangan Ekowisata Kuliner Tradisional Betawi di DKI Jakarta, sehingga sangat membantu dalam penyusunan Strategi pada tahap berikutnya. Kesadaran terhadap manajemen strategise tersebut, maka sangat dibutuhkan pemahaman terhadap perubahan sistem manajemen perusahaan, dimana faktor eksternal perusahaan yang menjadi pertimbangan utama terhadap ancaman maupun peluang bagi perusahaan, dikarenakan faktor eksternal perusahaan berada diluar kendali perusahaan. Persaingan strategi dalam dunia bisnis memang telah menjadi sesuatu yang sering terjadi seiring dengan perkembangan pasar yang sangat pesat (Parrangan, Kumadji dan Edy, 2015). Dalam era revolusi industri, keunggulan daya saing suatu entitas usaha ditentukan oleh efisiensi dalam alokasi sumber daya atau aset berwujud (*tangible resources/assets*) sebaliknya, dalam era revolusi informasi, keunggulan daya saing suatu entitas usaha sangat tergantung pada kemampuannya untuk memobilisasi dan mengeksploitasi sumber daya atau aset tak berwujud (*intangible resources/assets*) (Kuncoro, 2010).

Kualitas penyedia Kuliner Tradisional Betawi di Jakarta sangat beragam, hal ini menunjukkan bahwa belum ada standarisasi khusus untuk menyediakankuliner. Dari kesepuluh klasifikasi wilayah sentra kuliner di Jakarta, hotel dan penyedia kuliner di Kelapa Gading merupakan penyedia Kuliner Tradisional Betawi dengan *score* tertinggi. Hal ini menjadi wajar karena *hospitality* di Indonesia bahkan di dunia memiliki standarisasi tertentu yang dalam pengimplementasiannya sudah sangat baik. Kemudian di Kelapa Gading, penataan kuliner sudah cukup baik, seiring perkembangan wilayah Kelapa Gading yang merupakan salah satu kawasan elit di Jakarta. Ketersediaan parkir yang memadai dan layanan tambahan yang lain adalah salah satu aspek yang menonjol dari sentra kuliner Kelapa Gading. Dan sebaliknya, wilayah Pasar Senen dan Cipulir merupakan dua wilayah yang memiliki *score* yang cukup rendah. Penataan wilayah yang masih *semrawut* dan tempat penyedia kuliner yang kebanyakan berada disekitar pasar tradisional menjadikan kedua wilayah ini kurang memiliki daya tarik kualitas layanan yang baik (Tabel 12)

Tabel 5. Kuliner Tradisional Betawi Pada Masing-masing Sentra Kuliner

Lokasi	Rata-rata pengetahuan kuliner	Rata-rata variasi kuliner yang dijual
Hotel	73	11
Kelapa Gading	53	28
Pejompongan	68	19
Setu Babakan	80	56
Catering	51	6
Pasar Senen	61	42
Cipulir	70	39
Kebon Sirih	54	14
Kota Tua	67	37
Blok S	54	16

Sumber : Pengolahan data primer (2016)

Selain menilai kualitas dari penyedia kuliner di kesepuluh klasifikasi wilayah, peneliti juga memetakan pengetahuan pemilik usaha terkait variasi Kuliner Tradisional Betawi dan mengetahui rata-rata variasi kuliner yang dijual pada wilayah tersebut. Hal ini sangat diperlukan untuk membangun strategi secara lebih luas, karena secara mikro pengusaha memiliki kewenangan untuk menetapkan kebijakan pada perusahaannya, sehingga pengetahuan terhadap variasi kuliner akan mempengaruhi keberpihakan pengusaha terhadap pengembangan Kuliner Tradisional Betawi. Secara umum pengusaha di Setu Babakan serta *chef* di Hotel memiliki rata-rata pengetahuan kuliner yang cukup tinggi, rata-rata pengetahuan untuk masing-masing adalah 80 dan 72,8 dari 150 jenis Kuliner Tradisional

Betawi, sedangkan pengetahuan variasi kuliner yang paling rendah adalah pada pemilik *catering*, rata-rata 51,2 jenis kuliner dari 150 jenis Kuliner Tradisional Betawi. Di Setu Babakan adalah wilayah yang menjual variasi Kuliner Tradisional Betawi cukup banyak (59 jenis kuliner) dan variasi paling sedikit adalah *catering*, yaitu hanya 6 jenis kuliner yang biasa ditawarkan. Hal yang dapat disimpulkan dari data tersebut adalah bahwa tidak lebih dari 60% jenis Kuliner Tradisional Betawi dikenal oleh pengusaha kuliner dan *chef*, dan tidak lebih dari 35% jenis Kuliner Tradisional Betawi ditawarkan dan dipasarkan. Hal ini merupakan salah satu yang menyebabkan kurangnya penetrasi pasar Kuliner Tradisional Betawi, karena keterbatasan pengetahuan pengusaha dan *chef* terhadap jenis Kuliner Tradisional Betawi. Dari jenis variasi kuliner yang dijual, Setu Babakan menjual jenis variasi terlengkap, kemudian Pasar Senen dan Cipulir. Tetapi berdasarkan data penelitian, tidak lebih dari 34% jenis Kuliner Tradisional Betawi dipasarkan secara kontinu, hal ini yang menyebabkan semakin berkurangnya pengetahuan masyarakat terhadap variasi Kuliner Tradisional Betawi.

Membangun strategi pemasaran melalui peningkatan kualitas penawaran merupakan sebuah tantangan tersendiri dalam pengembangan Kuliner Tradisional Betawi di DKI Jakarta. Hasil studi menunjukkan bahwa mayoritas penyedia jasa Kuliner Tradisional Betawi masuk dalam kategori usaha mikro, sehingga memperkuat *Competitiveness value* dari UMKM merupakan strategi utama yang harus dilakukan (Githaiga, Namusonge dan Kihoro, 2016). Membangun kekuatan UMKM sebagai garda depan dalam meningkatkan kualitas layanan menjadi penting dalam konsep pengembangan Ekowisata Kuliner Tradisional Betawi.

Pemahaman strategi dalam membangun dan mengembangkan pasar Kuliner Tradisional dapat diawali dengan mengembangkan target pasar yang potensial. Dengan mengetahui target pasar yang potensial maka pengusaha akan lebih mudah dalam mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan pembeli sebelum mengembangkan proses pemasaran selanjutnya (Kannammal dan Suvakkin, 2016; Theodoras, 2009). Memahami kebutuhan dan keinginan konsumen adalah kunci penting dalam penetrasi pasar lebih lanjut. Setelah menentukan target pasar, kemudian perlu penegasan *positioning* produk pada pasar global.

Salah satu hambatan dalam pengembangan Ekowisata Kuliner Tradisional di Jakarta adalah tidak adanya sentra kuliner yang mengkhususkan pasarnya pada pasar kuliner tradisional Betawi. Selama ini kegiatan pengkomunikasian variasi kuliner hanya dilakukan pada acara musiman melalui pameran-pameran kuliner tradisional. Sedangkan untuk mengembangkan pasar Ekowisata Kuliner Betawi yang lebih masif perlu sebuah program pengkomunikasian yang *continue*. Dengan membangun sentra kuliner khusus Kuliner Betawi maka memberikan kemudahan akses wisata kuliner bagi masyarakat. Selain itu pembangunan sentra Ekowisata Kuliner Tradisional Betawi akan memudahkan tata kelola

pemasaran sehingga lebih mudah untuk mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen. Sebagai rekomendasi pembangunan sentra Ekowisata Kuliner Betawi di DKI Jakarta dapat dikembangkan di delapan wilayah yaitu; Kelapa Gading, Pejompongan, Setu Babakan, Pasar Senen, Pasar Cipulir, Kawasan Kebon Sirih, Kota Tua dan kawasan Blok S.

Kelapa Gading. Sebuah wilayah kecamatan di Indonesia yang terletak di Kota Jakarta Utara. Dahulu Kecamatan Kelapa Gading masih dikenal sebagai daerah rawa dan persawahan, kini Kelapa Gading telah berubah menjadi kawasan yang tertata baik dan berkembang pesat. Bahkan, Pemerintah Jakarta Utara hendak menjadikan Kelapa Gading seperti Singapura karena lengkapnya kebutuhan di sana, baik dari makanan, tempat tinggal, pakaian, otomotif, film, pendidikan, dan lain-lain. Dengan kelengkapan infrastruktur yang kualitas permintaan yang cukup baik disisi lain persaingan pasar yang sudah terbentuk sangat heterogen, maka strategi pemasaran dalam pengembangan Sentra Ekowisata Kuliner Betawi di Kelapa Gading akan diarahkan sebagai sentra Kuliner Tradisional Betawi premium (Gambar 27).



Gambar 24. Kawasan Kuliner Kelapa Gading

Dengan *positioning* permintaan di Kelapa Gading yang cukup tinggi (segmen menengah keatas), dan mayoritas penyedia kuliner sudah tertata dengan baik (*score* penilaian

rata-rata 7) maka wilayah Kelapa Gading dapat dikembangkan menjadi Sentra Ekowisata Kuliner Betawi yang bersifat premium dengan mengedepankan 16 jenis kuliner yang saat ini sudah masuk dalam kategori *past known*, mengingat eksploratori adalah hal dominan yang mempengaruhi pola konsumsi wisatawan di wilayah Kelapa Gading

Pengetahuan pengusaha kuliner di Kelapa gading terhadap jenis Kuliner Betawi cukup kecil (hanya 53 jenis kuliner) dan hanya 28 jenis kuliner yang dijual secara *continue*. Perlu edukasi atau workshop terhadap pengusaha kuliner di Kelapa Gading agar dapat meningkatkan pengetahuan terhadap Kuliner Betawi baik pengetahuan secara umum maupun pengetahuan cara memasak. Sehingga saat pengetahuan terhadap Kuliner Betawi meningkat maka variasi kuliner yang dapat ditawarkan akan bertambah.

Menjadikan wilayah Kelapa Gading sebagai Sentra Ekowisata Kuliner Betawi dengan segmentasi pasar menengah keatas, maka kebijakan harga yang harus diterapkan harus lebih premium. Sebagai pesaing dan bahan perbandingan, di wilayah Kelapa Gading banyak terdapat restoran yang menyediakan makanan *fast food*, *western* dan *fussion* yang mematok harga premium, dan tentunya diiringi dengan kualitas layanan yang cukup baik dan lengkap, seperti lahan parkir, wifi, toilet yang representatif dan kebersihan yang memadai yang dapat meningkatkan kenyamanan konsumen. Sehingga dengan demikian pengusaha Kuliner Betawi di wilayah Kelapa Gading hendaknya dapat didorong untuk dapat memberikan layanan serupa sehingga harga premium yang ditetapkan akan dapat bersaing di pasaran.

Pejompongan, merupakan kawasan pemukiman kelas menengah ke atas di Jakarta yang mulai dikembangkan sejak masa 1950-an. Kawasan ini dibangun sebagai prasarana untuk tempat tinggal pegawai negeri dan institusi negara lainnya yang harus bertempat tinggal di Jakarta. Wilayah Pejompongan terletak di sebelah utara kompleks olah raga Senayan, dan di sebelah timur kawasan Slipi. Secara administratif berada dalam Kecamatan Tanah Abang, Jakarta Pusat dan sebagian besar berada di Kelurahan Bendungan Hilir. Dengan *positioning* wisata kuliner yang sudah terbentuk maka strategi pengembangan Sentra Ekowisata Kuliner Betawi di Pejompongan diarahkan pada segmen komunitas muda.

Saat ini posisi permintaan yang sudah terbentuk adalah mayoritas pengunjung berasal dari DKI Jakarta, mayoritas usia dewasa, berstatus sebagai karyawan dan pelajar dengan penghasilan rata-rata menengah. Segmen pasar yang terbentuk adalah segmen menengah. Sehingga untuk strategi pemasaran selanjutnya, wilayah Pejompongan dapat dikembangkan sebagai Sentra Ekowisata Kuliner Betawi dengan target pasar menengah kebawah.

Melihat dari sisi penawaran, skor kualitas tata kelola penyedia kuliner yang dimiliki saat ini sudah cukup baik (Kategori 6), hanya saja variasi kuliner yang ditawarkan tidak begitu banyak (hanya 19 jenis kuliner) sedangkan pengetahuan rata-rata pemilik restoran dan *chef* restoran adalah 68 jenis kuliner. Disini terlihat bahwa kurang lebih hanya 30% jenis

kuliner yang ditawarkan. Secara umum kuliner yang ditawarkan di wilayah Pejompongan memang tidak terlalu banyak. Dengan demikian perlu mengenalkan beberapa jenis kuliner yang memiliki nilai sosial tinggi (karegori 5 dan 4), hal ini perlu dilakukan mengingat secara umum persaingan antar jenis kuliner yang terbentuk belum terlalu banyak, sehingga memperkenalkan jenis kuliner yang memiliki nilai sosial budaya tinggi menjadi penting. Memperkenalkan jenis kuliner yang memiliki nilai sosial budaya tinggi pada pasar menengah sangat penting, mengingat pasar yang saat ini sudah terbentuk (kuantitas penjualan) adalah pasar menengah.

Setu Babakan atau **Danau Babakan** terletak di Srengseng Sawah, kecamatan Jagakarsa, Jakarta Selatan, Indonesia dekat Depok yang berfungsi sebagai pusat Perkampungan Budaya Betawi, suatu area yang dijaga untuk menjaga warisan budaya Jakarta, yaitu budaya asli Betawi. Wisata di Setu Babakan cukup mendapat perhatian dari Dinas Pariwisata DKI Jakarta, mengingat fungsinya sebagai wilayah basis wisata budaya Betawi. Berdasarkan fakta tersebut maka strategi pemasaran dalam usaha mengembangkan Sentra Ekowisata Kuliner Betawi di Setu Babakan diarahkan pada pengembangan wisata budaya dan kuliner (Gambar 28).



Gambar 25. Kawasan Kuliner Setu Babakan

Wilayah Setu Babakan saat ini sudah dikelola oleh Dinas Pariwisata DKI Jakarta, infrastruktur yang dibangun sudah cukup memadai. Tata kelola pedagang atau penyedia kuliner di Setu Babakan masuk dalam kategori cukup baik (Skor 5). Secara empirik, penyedia kuliner di wilayah Setu Babakan masih belum teratur (hanya kios-kios non permanen), beberapa memang sudah ditata, tetapi untuk penyedia kuliner di sepanjang danau Setu Babakan banyak yang hanya menggunakan meja dipinggir jalan. Dan pada saat *high season* kunjungan wisata, wilayah ini menjadi sangat padat. Sehingga *space* untuk menikmati kuliner masih sangat kurang memadai. Dengan demikian tata kelola wisata di Setu Babakan harus dibenahi dengan membangun kios-kios penyedia Kuliner Betawi dengan lebih rapi, menyediakan tempat khusus untuk menikmati dan mengonsumsi kuliner.

Keseragaman dalam aspek *performance* dari penyedia kuliner masih sangat kurang. Dari pakaian dan tampilan kios. Ada beberapa penyedia kuliner yang menggunakan ornamen dan kostum Betawi tapi sebagian yang lain tidak, sehingga konsistensi dari usaha mengenalkan Budaya Betawi kurang optimal. Dengan demikian perlu perbaikan dari aspek *performance* dengan mengutamakan ornamen Betawi sebagai icon budaya Jakarta. Dengan mengkaitkan *performance* penyedia jasa Kuliner Betawi dengan ornamen Betawi maka akan semakin menguatkan atmosfer Budaya Betawi dalam sentra kuliner.

Segmen yang terbentuk di wilayah Setu Babakan adalah segmen menengah kebawah dan harga yang murah mendominasi motivasi wisatawan untuk mengonsumsi Kuliner Betawi di Setu Babakan. Sehingga target pasar menengah cukup relevan untuk di wilayah Setu Babakan. Dengan target pasar tersebut maka strategi harga yang ditetapkan bukan harga yang premium.

Pengetahuan Kuliner Betawi dari penyedia kuliner di Setu Babakan cukup tinggi (80 jenis kuliner) dan variasi kuliner yang dijual juga cukup bervariasi (56 jenis kuliner). Secara umum terdapat 150 jenis Kuliner Betawi dan 16 diantaranya sudah masuk dalam kategori *past known*. Melihat *positioning* Wilayah Setu Babakan yang dijadikan sentra Budaya Betawi, maka menjadi sangat realistis untuk menjadikan Setu Babakan menjadi Sentra Ekowisata Kuliner Betawi yang mengenalkan dan memasarkan kembali 16 jenis Kuliner Betawi (*past known*), sehingga dapat memperkuat konsep konservasi budaya yang selama ini diusung, hal ini juga didasari bahwa terdapat beberapa wisatawan yang sengaja berkunjung dan mengonsumsi Kuliner Betawi karena unsur kerinduan terhadap jenis kuliner tertentu.

Pasar Senen. Kecamatan Senen terletak di Jakarta Pusat. Kecamatan ini dinamakan berdasarkan *landmark* yang sangat terkenal di wilayah Kecamatan Senen yaitu Pasar Senen. Pasar Senen merupakan sebuah wilayah yang sudah cukup terkenal dengan wisata “Kue Subuh” (Gambar 29). Kue Subuh biasanya lebih menyediakan makanan selingan seperti kue-kue kecil. Strategi pengembangan sentra Ekowisata Kuliner Tradisional Betawi di Kawasan Pasar Senen diarahkan pada sektor *Business To Business (B2B)*, hal ini terkait fakta bahwa

pelanggan atau konsumen pada Pasar Kue Subuh adalah pedagang dan *catering* yang berfungsi sebagai *reseler*.



Gambar 25. Kue Subuh Pasar Senen

Segmen pasar yang terbentuk saat ini di wilayah Pasar Senen adalah segmen pasar menengah kebawah. Dan pasar yang terbentuk adalah jenis B2B (*Business to Business*), walau pada perkembangannya *trend* “kue subuh” sangat menarik bagi masyarakat secara umum. Dengan *positioning* pasar tersebut, maka strategi *odd even pricing* (harga ganjil) dan *price lining* (memberikan tingkatan harga dari setiap produk) cukup realistis untuk diterapkan.

Tata kelola pengusaha dan penyedia kuliner di wilayah Pasar Senen termasuk 5 yang terburuk (kategori 3), sehingga dalam pengembangan lebih lanjut perlu meningkatkan kualitas tata kelolanya. Saat ini, kualitas *performance*, kualitas proses penjualan dan tidak tersedianya fasilitas pendukung wisata menjadi permasalahan utama dari sentra kuliner Pasar Senen. Dengan demikian peningkatan kualitas ketiga variabel tersebut menjadi penting.

Mengingat *positioning* sentra di wilayah Pasar Senen yaitu B2B, maka menjadikan sentra Pasar Senen menjadi Sentra Ekowisata Kuliner Tradisional Betawi berbasis makanan ringan menjadi realistis, mengingat makanan ringan memiliki kemudahan dalam penyimpanan dan pendistribusian. Terdapat 73 jenis makanan ringan dan 10 jenis minuman. Tetapi dari ke 83 jenis kuliner tersebut tidak semua ditawarkan di Pasar Senen. Penyedia Kuliner di Pasar Senen hanya mengetahui 61 jenis kuliner (keseluruhan) dan hanya 41 jenis

kuliner yang ditawarkan. Dengan demikian perlu pengkomunikasian variasi makanan ringan dan minuman pada penyedia kuliner di Pasar Senen.

Penyedia Kuliner di Pasar Senen sebagian besar hanya pemasar (bukan pengrajin kuliner), sehingga minimnya jenis kuliner yang dijual juga sangat tergantung pada jumlah kuliner yang dibuat kemudian ditawarkan pada pemasar di Pasar Senen. Dengan demikian menjaga keberlanjutan dari *supply chain* menjadi sangat penting. Dengan menjadi keberlanjutan *supply chain* maka pendistribusian variasi kuliner Betawi khususnya makanan ringan dan minuman akan semakin baik

Kawasan Cipulir. Cipulir adalah kelurahan di kecamatan Kebayoran Lama, Jakarta Selatan. Kecamatan Cipulir berbatasan dengan wilayah-wilayah sentra komunitas Betawi yang samapi saat ini masih eksis. Wilayah tersebut adalah wilayah Cileduk, Joglo, Meruya dan Kreo. Dengan posisi wilayah tersebut maka ketersediaan suplai Kuliner Betawi relatif masih cukup mudah, dengan demikian hampir sama dengan pengembangan pada wilayah Pasar Senen, strategi dalam pengembangan Sentra Ekowisata Kuliner di Kawasan Cipulir diarahkan pada pengembangan *Business To Business (B2B)*.

Secara umum, segmen dan target pasar sentra kuliner di Kawasan Cipulir hampir sama dengan kawasan Pasar Senen. Penyedia kuliner di Cipulir (sekitar pasar Cipulir), menerapkan strategi B2B dan target pasar yang terbentuk adalah menengah kebawah. Tetapi yang sedikit membedakan adalah disekitar wilayah Cipulir masih terdapat beberapa komunitas Betawi (Cileduk, Kreo, Meruya, Joglo), bahkan penjual kuliner Betawi di Wilayah Cipulir masih banyak yang merupakan warga asli Betawi dan bukan hanya menjual, tetapi banyak yang berlaku ganda (sebagai pengrajin dan penjual). Hanya saja diantara 150 jenis kuliner, hanya 70 jenis kuliner yang diketahui oleh penyedia kuliner dan hanya 39 jenis kuliner yang ditawarkan, sehingga perlu pendekatan lebih lanjut untuk mengenalkan lebih banyak jenis kuliner dan menawarkan lebih banyak jenis Kuliner Betawi. Dengan demikian Wilayah Cipulir mempunyai potensi yang cukup besar untuk dijadikan Sentra Ekowisata Kuliner Tradisional Betawi mengingat lokasinya yang dekat dengan penyedia/produsen kuliner.

Sama halnya dengan Kawasan Pasar Senen, Wilayah Cipulir memiliki nilai kualitas yang terkecil (skor 3), kualitas tempat produksi, kualitas tempat penyimpanan, kualitas pada proses produksi dan ketersediaan layanan pendukung wisata menjadi variabel yang memiliki nilai cukup kecil di Kawasan Cipulir. Sehingga perbaikan pada keempat variabel tersebut menjadi penting untuk mengembangkan Kawasan Cipulir sebagai Sentra Ekowisata Kuliner Tradisional Betawi di Jakarta Selatan.

Kawasan Kebon Sirih terletak di Jakarta Pusat, dimana saat ini kawasan Kebon Sirih sudah cukup terkenal dengan wisata kuliner malam (Gambar 30). Hanya saja jenis kuliner yang dipasarkan saat ini masih sangat beragam. Berdasarkan hasil studi tentang

positioningsupply dan *demand* wilayah Kebon Sirih, maka pengembangan strategi pemasaran dalam mengembangkan Sentra Kuliner di Kawasan Kebon Sirih dengan mengarahkan fokus pemasaran dan promosi pada segmen komunitas muda.



Gambar 27. Kawasan Wisata Malam Kebon Sirih

Segmen dan target yang terbentuk pada wilayah Kebon Sirih adalah pasar retail dan menengah. Kawasan Kebon Sirih yang berada di jantung wilayah Jakarta Pusat, menjadikan wilayah ini sebagai tempat berkumpulnya warga Jakarta dan Sekitarnya khususnya segmen pelajar/ mahasiswa dan karyawan. Dengan target pasar yang sudah terbentuk maka seharusnya wilayah ini dikembangkan menjadi Sentra Ekowisata Kuliner Tradisional Betawi dengan mengutamakan jenis-jenis kuliner yang memiliki nilai Sosial Budaya yang tinggi sehingga generasi muda secara umum dapat distimulasi untuk lebih mengenal nilai Sosial Budaya dari Kuliner Betawi.

Dengan target pasar dan tujuan pengembangan Sentra Ekowisata Kuliner Tradisional Betawi di Kawasan Kebon Sirih, maka perlu penguatan intepretasi budaya. Layanan yang dikembangkan bukan hanya layanan dengan pendekatan pemasaran, tetapi juga menekankan pada pendekatan budaya. Variabel yang kurang dalam tata kelola penyedia kuliner adalah variabel kualitas penyimpanan dan tidak adanya layanan pendukung wisata. Mayoritas

penyedia kuliner pada sentra wisata kuliner di Wilayah Kebon Sirih masuk dalam kategori *street food*. Sehingga seringkali penyimpanan bahan makanan, makanan setengah dan makanan jadi dinilai kurang memadai. Selain itu ketersediaan parkir dan toilet yang memadai merupakan tantangan dalam pengembangan Sentra Kuliner Tradisional di Wilayah Kebon Sirih.

Kota Tua juga dikenal dengan sebutan Batavia Lama (*Oud Batavia*), adalah sebuah wilayah kecil di Jakarta, Indonesia. Wilayah khusus ini memiliki luas 1,3 kilometer persegi melintasi Jakarta Utara dan Jakarta Barat (Pinangisia, Taman Sari dan Roa Malaka). Wilayah Kota Tua yang saat ini sudah sangat terkenal adalah wilayah disekitar Museum Fatahillah, dimana wilayah ini dikembangkan sebagai wisata berbasis sejarah. Dengan demikian strategi pemasaran dalam pengembangan Sentra Ekowisata Kuliner Di Kawasan Kota Tua diarahkan pada wisata *heritage*, mengkombinasikan antara sejarah dan nilai Kuliner Betawi.

Kawasan Kota Tua adalah salah satu wilayah di Jakarta yang dikembangkan menjadi pusat wisata sejarah. Secara wilayah, Kawasan Kota Tua sudah menjadi icon wisata di DKI Jakarta khususnya museum Fatahillah dan sekitarnya. Wilayah ini sangat potensial untuk dikembangkan menjadi salah satu Sentra Ekowisata Kuliner Tradisional Betawi di Jakarta Barat, tetapi pada perkembangannya kualitas penyedia kuliner di wilayah ini masih sangat kurang (skor 3). Hanya terdapat kurang lebih 5 penyedia kuliner yang terdapat di dalam wilayah museum dan hanya kurang lebih lima restoran yang ada disekitar museum yang dapat dikategorikan cukup baik, sisanya adalah *street food* dan pedagang asongan yang kualitas produknya masih sangat minim. Selain wilayah parkir menjadi hal yang seringkali dikeluhkan oleh wisatawan, karena saat ini memang wilayah Kota Tua sedang dirombak.

Pada wilayah Kota Tua, hanya 67 jenis kuliner yang diketahui oleh penyedia kuliner dan hanya 37 jenis kuliner yang ditawarkan. Mengingat dimana Kawasan Kota Tua adalah *icon* wisata sejarah di DKI Jakarta, maka pada perkembangannya perlu dikenalkan dan dipasarkan jenis kuliner yang saat ini sudah hilang (16 jenis kuliner) dan 71 jenis kuliner yang memiliki nilai sosial budaya yang tinggi. Sehingga nilai sejarah yang dikedepankan bukan hanya sejarah terkait perkembangan wilayah DKI Jakarta, tapi sejarah perkembangan masyarakat Jakarta juga perlu untuk dikenalkan, dimana masyarakat Betawi adalah *indigenous community* DKI Jakarta.

Segmen dan Target pasar yang sudah terbentuk saat ini adalah segmen menengah dimana unsur eksploratori dan ekonomi adalah dua hal utama yang mempengaruhi pola konsumsi kuliner pada wisatawan. Dengan demikian seharusnya Wilayah Kota Tua juga dapat dibangun dan dikembangkan menjadi Sentra Ekowisata Kuliner Tradisioanl Betawi yang bersifat premium.

Kawasan Blok S, berada di wilayah administratif Kebayoran Baru, Jakarta Selatan. Kawasan Blok S atau tepatnya lapangan Blok S saat ini sudah dikembangkan menjadi pusat

jajanan dengan konsep pujasera (Gambar 31). Segmen yang sudah terbentuk adalah pelajar, mahasiswa dan karyawan karena memang wilayah Blok S sangat dekat dengan kampus, sekolah dan pusat perkantoran, hanya saja jenis kuliner yang dikembangkan masih sangat beragam dan bahkan jauh dari kuliner Betawi. Maka strategi pemasaran pada Sentra Ekowisata Kuliner Tradisional Betawi di Kawasan Blok S diarahkan pada segmen komunitas muda.



Gambar 28. Kawasan Kuliner Blok S

Segmen pasar yang sudah terbentuk saat ini hampir sama dengan segmen pasar pada sentra ekowisata kuliner wilayah Kebon Sirih. Blok S merupakan salah satu wilayah yang menjadi titik temu beberapa komunitas muda, baik pelajar, mahasiswa maupun karyawan, yang membedakan pada wilayah ini variabel terpenting seseorang memilih kuliner adalah faktor ekonomi. Dengan demikian target pasar yang realistis dikembangkan pada wilayah ini adalah segmen menengah kebawah, sehingga harga produk kuliner yang ditawarkan menyesuaikan dengan *willingness to pay* target pasar. Dan mengingat wilayah ini adalah wilayah bertemunya komunitas muda DKI Jakarta maka mengenalkan 71 jenis kuliner dengan kategori 5 dan 4 yang artinya memiliki nilai sosial budaya yang tinggi. Dengan demikian, konsep pengembangan Ekowisata Kuliner Tradisional yang salah satu tujuannya adalah mendiseminasikan variasi kuliner Betawi dan nilai sosial budaya kuliner didalamnya melalui pasar kuliner kepada generasi muda akan tercapai. Memperkenalkan dan

meningkatkan minat generasi muda terhadap budaya Kuliner Betawi adalah salah satu jalan untuk menjaga eksistensi Kuliner Betawi di masa yang akan datang.

Di Wilayah Blok S, pengetahuan kuliner dari pengusaha dan pemasar rata-rata 54 jenis kuliner, tetapi hanya 16 jenis kuliner Betawi yang ditawarkan di Blok S. Mayoritas pemasar di kawasan Blok S menjual jenis kuliner modern dan *fussion*. Pemasaran kuliner Betawi pada sentar ekowisata kuliner tidak boleh memodifikasi baik bahan baku, bahan pelengkap maupun bentuk dan rasa dari kuliner Betawi. Sehingga walaupun selera pasar ekowisata kuliner di kawasan Blok S adalah selera generasi muda, tetapi pemasar dan pengrajin harus tetap dapat mempertahankan keotentikan dari Kuliner Betawi.

Variabel pada penilaian kualitas tata kelola penyedia kuliner di Blok S rata-rata dalam kategori kurang baik. Khususnya pada variabel proses produksi, proses penyimpanan, proses penjualan dan kurangnya fasilitas amenities pada kawasan Blok S. Sehingga, dalam mengembangkan Ekowisata Kuliner Tradisional Betawi di kawasan Blok S perlu meningkatkan kualitas keempat variabel tersebut. Saat ini tempat parkir kurang memadai dan tidak tersedianya toilet umum, serta aspek kebersihan yang membuat Sentra Wisata Kuliner Kawasan Blok S masuk dalam kategori 3 (kurang baik).

13. PERSEPSI, MOTIVASI DAN PREFERENSI STAKEHOLDER DALAM PENGEMBANGAN KULINER TRADISIONAL BETAWI

Melestarikan dan mengembangkan Budaya Betawi khususnya terkait Kuliner Tradisional Betawi, yang memiliki nilai historis dan sosial yang cukup tinggi bagi perkembangan Budaya Ibu Kota Indonesia merupakan tanggungjawab semua pemangku kepentingan. Budaya atau yang biasa disebut *culture* merupakan warisan dari nenek moyang terdahulu yang masih eksis sampai saat ini. Suatu bangsa tidak akan memiliki ciri khas tersendiri tanpa adanya budaya-budaya yang dimiliki. Budaya-budaya itu pun berkembang sesuai dengan kemajuan zaman yang semakin modern. Kebudayaan yang berkembang dalam suatu bangsa itu sendiri dinamakan dengan kebudayaan lokal, karena kebudayaan lokal sendiri merupakan sebuah hasil cipta, karsa dan rasa yang tumbuh dan berkembang di dalam suku bangsa yang ada di daerah tersebut (Bauto, 2014)

Saat ini, pembangunan di Indonesia lebih diarahkan kepada aspek teknologi dan industri daripada aspek sosial dan kebudayaan; walaupun ada yang menyentuh aspek kebudayaan, hanyalah sebagai pelengkap dan itu pun untuk menyokong teknologi dan industrialisasi. Pembangunan kebudayaan pun diarahkan untuk pengembangan teknologi dan industrialisasi budaya. Akibatnya, pembangunan dirasakan hampa, kurang muatan nilai kemanusiaan. Akar permasalahannya adalah kurangnya peran serta ilmu budaya yang diposisikan pada tempat yang tidak begitu strategis untuk menentukan arah dalam proses pembangunan bangsa ini, termasuk di dalamnya pembangunan dan pengembangan kebudayaan nasional. Padahal, ilmu budaya seharusnya mendapat peran sentral dan tempat yang lebih utama dalam menentukan strategi pembangunan nasional agar pembangunan dapat berpihak kepada masyarakat ramai (Herwandi, 2007; Soedjatmoko, 1986), dan ini menjadi sebuah tantangan tersendiri bagi pemerintah Jakarta.

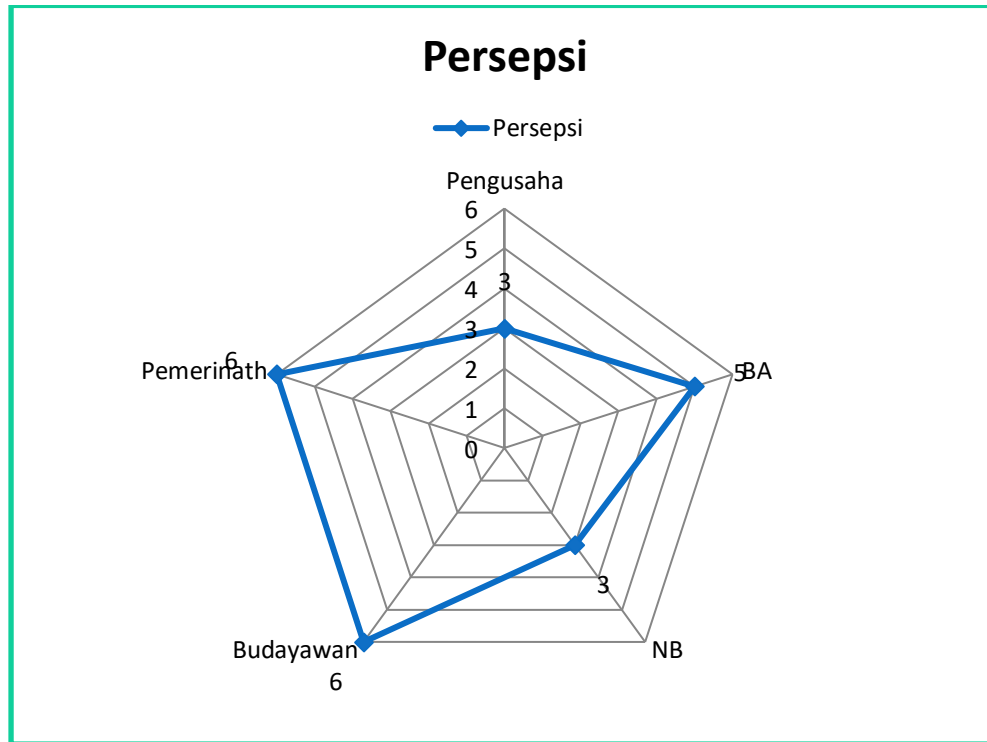
Eksistensi nilai budaya lokal akan lestari jika nilai-nilai tersebut dipraktekkan dan disosialisasikan untuk pembentukan identitas serta karakter bangsa. Upaya pemberdayaan budaya memerlukan berbagai strategi dan kebijakan agar nilai dan budaya lokal yang telah lama berkembang dalam kehidupan masyarakat mampu bersaing dengan berbagai budaya modern.

Terdapat paling tidak lima *stakeholder* dalam pengembangan ekowisata Kuliner Tradisional Betawi di DKI Jakarta yaitu Pengusaha, Masyarakat Betawi, Masyarakat Non Betawi, Budayawan dan Pemerintah Propinsi DKI Jakarta. Pengusaha memiliki peranan yang penting dalam memasarkan Kuliner Tradisional Betawi sehingga pasar dapat mengenal kembali variasi kuliner yang saat ini mulai terdistorsi. Masyarakat Betawi sebagai *Key Person* memiliki tanggungjawab yang cukup penting dalam mendiseminasikan nilai budaya kuliner dari generasi ke generasi, dan masyarakat Jakarta secara umum baik sebagai

konsumen, memiliki tanggungjawab untuk melestarikan Budaya Kuliner Tradisional Betawi, bukan hanya tanggungjawab yang bersifat sukuisme, tetapi secara lebih luas tanggungjawab untuk melestarikan Budaya Indonesia. Kemudian, Budayawan memiliki tugas untuk mengkaji dan mengkomunikasikan nilai-nilai Budaya Betawi khususnya Kuliner pada masyarakat yang lebih luas, budayawan dengan fungsinya seharusnya mampu menempatkan diri sebagai salah satu tonggak dalam menopang keberlanjutan Budaya Nasional. Kemudian Pemerintah sebagai regulator dan dengan kewenangan yang dimilikinya, diharapkan Pemerintah mampu menyusun kebijakan yang berpihak pada nilai-nilai budaya lokal. Sehingga Budaya Kuliner Betawi dapat kembali dikenal oleh masyarakat khususnya masyarakat di DKI Jakarta.

Pemetakan persepsi, motivasi dan preferensi dari kelima *stakeholder* merupakan bagian yang tidak dapat dilepaskan dalam menyusun strategi pengembangan Ekowisata Kuliner Tradisional Betawi di DKI Jakarta. Dengan terpetakan persepsi, motivasi dan preferensi dari masing-masing *stakeholder* diharapkan peneliti dapat mengulur setiap permasalahan yang ada dan kemudian membangun sebuah strategi yang komprehensif. Dengan menggunakan Uji Kesesuaian Madian K Sampel dan membandingkan antara nilai Asymp Sig. output pengolahan data dengan nilai alpha (5%) maka didapatkan hasil bahwa terdapat perbedaan persepsi antara kelima *stakeholder* (Asymp Sig. 0,00), sedangkan motivasi dan preferensi kelima *stakeholder* tidak terdapat perbedaan masing-masing Asymp Sig. 0,703 dan 0,903). Visualisasi diagram eksistensi *positioning* persepsi, motivasi dan preferensi kelima *stakeholder* akan dituangkan dalam diagram radar berikut,

Persepsi merupakan suatu proses yang membuat seseorang untuk memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan rangsangan-rangsangan yang diterima menjadi suatu gambaran yang berarti dan lengkap tentang dunianya (Schiffman dan Kanuk 2000). Sedangkan Kotler dan Armstrong (1996) mengemukakan bahwa dalam keadaan yang sama, persepsi seseorang terhadap suatu dapat berbeda-beda, hal ini disebabkan oleh adanya proses seleksi terhadap berbagai stimulus yang ada. Pada hakekatnya persepsi akan berhubungan dengan perilaku seseorang dalam mengambil keputusan terhadap apa yang dikehendaki (Wahyuni, 2009). Persepsi berasal dari interaksi antara dua jenis faktor yaitu; *stimulus factors* dan *individual factors*. Stimulus faktor merupakan karakteristik objek secara fisik seperti ukuran, warna, bentuk, dan berat. Tampilan suatu produk baik kemasan maupun karakteristiknya mampu menciptakan rangsangan pada indera seseorang, sehingga mampu menciptakan suatu persepsi mengenai produk yang dilihatnya. Sedangkan *individual factors*, yaitu karakteristik yang termasuk di dalamnya tidak hanya terjadi proses pada panca indera tetapi juga pengalaman yang serupa dan dorongan utama suatu harapan dari individu itu sendiri.



Sumber : Pengolahan data primer, 2017

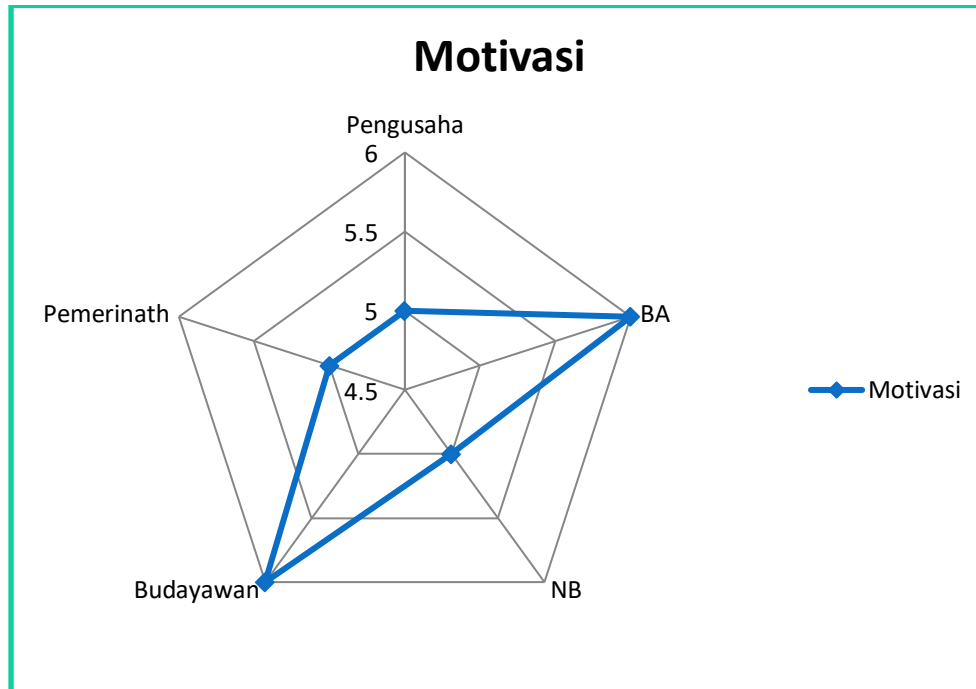
Gambar 29. Diagram Radar Persepsi *Stakeholder*

Hasil studi (Gambar 32) menunjukkan bahwa terjadi perbedaan persepsi yang sangat signifikan antara beberapa *stakeholder*. Pemerintah dan Budayawan secara umum memiliki persepsi yang tinggi terhadap pengembangan Kuliner Tradisional Betawi, bahkan lebih tinggi dibanding Masyarakat Betawi Asli. Tetapi, kecenderungan persepsi Pengusaha dan Masyarakat Non Betawi relatif sama. Hal ini disebabkan karena memang ada korelasi antara pengusaha sebagai *supply* dan masyarakat umum (Non Betawi) sebagai *demand*. Terdapat keterkaitan didalamnya dimana permintaan akan memunculkan penawaran tersendiri dan setiap penawaran akan merespon setiap permintaan yang muncul pada pasar secara global.

Motivasi stakeholder dalam konteks pengembangan wilayah memiliki peran yang penting. Motivasi merupakan hasil sebuah proses yang bersifat internal atau eksternal bagi individu yang menyebabkan timbulnya sikap antusiasme dan konsistensi dalam hal melakukan kegiatan-kegiatan tertentu (Hasibuan, 2010; Susanto dan Patty, 2014). Motivasi pada dasarnya berasal dari dua sumber, yakni: pertama adalah motivasi intrinsik, adalah motivasi yang berasal dari dalam diri individu yang mempengaruhi orang untuk berperilaku atau untuk bergerak ke arah tertentu, dan yang kedua adalah motivasi ekstrinsik, adalah motivasi yang berfungsi karena adanya rangsangan dari luar (Komaruddin, 1994)

Sebuah usaha pengembangan wilayah yang melibatkan banyak manusia didalamnya dengan pemikirannya, maka perlu adanya sinergitas yang dapat menyatukan semua motivasi menuju pilihan yang sama. Menurut Maslow, motivasi masyarakat meliputi; 1) Kebutuhan fisiologis yang merupakan kekuatan motivasi yang bersifat primitif dan fundamental. Misalnya kebutuhan terhadap makan, minum, tidur dan lain-lain. 2) Kebutuhan sosiologi, merupakan motif yang muncul terutama berasal dari hubungan kekerabatan antaramanusia satu dengan yang lain. Misalnya kebutuhan memiliki, cinta, kasih sayang dan kebutuhan penerimaan. 3) Kebutuhan aktualisasi diri (self actualization), merupakan kebutuhan pemenuhan diri, pengembangan diri semaksimal mungkin, kreativitas, dan melakukan apa yang paling cocok serta menyelesaikan pekerjaan sendiri. Dengan mengetahui hal tersebut, maka dapat digunakan sebagai bahan rekomendasi dalam rangka mendorong semangat seluruh *stakeholder* di DKI Jakarta agar tetap eksis dalam mengembangkan Kuliner Tradisional Betawi.

Setiap manusia sebagai *stakeholder* dalam pengembangan Ekowisata Kuliner Tradisional Betawi memiliki motivasi yang berbeda, hanya saja dalam pengklasifikasiannya terdapat kemiripan ciri didalamnya. Ghiselli et al dalam Qonita (2012) menyampaikan bahwa ciri motivasi yaitu :1). Motivasi itu kompleks. Dalam suatu perbuatan tidak hanya mempunyai satu tujuan, tetapi beberapa tujuan yang berlangsung bersama-sama yang dipengaruhi individu itu sendiri. 2). Beberapa motivasi tidak didasari individu itu sendiri. Banyak tingkah laku manusia yang tidak didasari oleh pelakunya. 3). Motivasi itu berubah-ubah. Motif bagi seseorang seringkali mengalami perubahan, ini disebabkan oleh keinginan manusia yang sering berubah-ubah sesuai dengan kebutuhan. 4). Tiap individu motivasinya berbeda-beda. Dua orang yang mengikuti kegiatan tertentu ada kalanya mempunyai motivasi yang berbeda. 5). Motivasi dapat bervariasi. Hal ini tergantung pada tujuan individu tersebut, apabila tujuannya bermacam-macam maka motivasinya juga bervariasi.



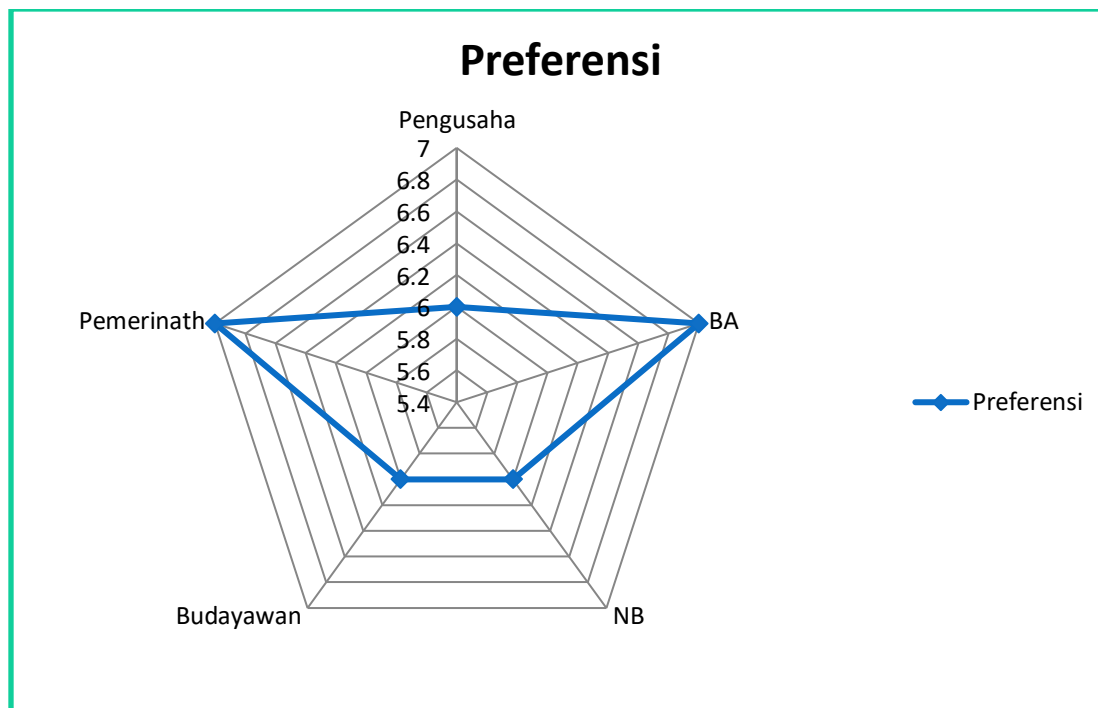
Sumber : Pengolahan data primer, 2017

Gambar 30. Diagram Radar Motivasi *Stakeholder*

Terkait dengan pengembangan Kuliner Tradisional Betawi di DKI Jakarta, hasil studi yang tergambar pada diagram radar (Gambar 32) menunjukkan bahwa terdapat perbedaan motivasi antara kelima *stakeholder* walaupun tidak terlalu signifikan (*range* 4,5-6). Hanya saja yang cukup menjadi perhatian adalah adanya perubahan yang cukup signifikan antara persepsi Pemerintah dan motivasi Pemerintah, hal ini menunjukkan bahwa Pemerintah Pemda DKI Jakarta mengetahui bahwa Kuliner Tradisional betawi memiliki nilai yang cukup tinggi bagi masyarakat Jakarta, tetapi pada perjalanannya terdapat degradasi nilai motivasi (dorongan). Paling tidak terdapat dua faktor yang menyebabkan terjadinya degradasi tersebut, yaitu; 1). *Political will* yang kurang sehingga pergerakan pengembangan budaya bukan menjadi *center point* dan prioritas dari pembangunan wilayah DKI, 2). Sikap primordial dan etnosentris dari pembuat keputusan. Kita tahu bahwa interaksi budaya di DKI Jakarta sangatlah tinggi dengan bauran budaya yang cukup kompleks. Sehingga pembuat keputusan akan lebih memprioritaskan program dispora budaya asalnya dibanding harus menggali budaya Betawi yang *notabane*-nya bukan budaya aslinya.

Preferensi masyarakat muncul dalam tahap evaluasi alternatif dalam proses pembuatan keputusan, dimana dalam tahap tersebut konsumen dihadapkan dengan

berbagai macam pilihan yang berbeda-beda. Preferensi memiliki peranan yang penting bagi setiap individu dalam memandang dan memutuskan suatu hal (Putri dan Iskandar, 2014). Menurut Frank (2011), preferensi adalah proses merengking seluruh hal yang dapat dikonsumsi dengan tujuan memperoleh preferensi atas suatu produk maupun jasa. Menurut Kotler dan Keller (2007), ada tiga pola preferensi yang dapat terbentuk yaitu; 1) Preferensi Homogen menunjukkan suatu pasar dimana semua pelanggan secara kasarnya memiliki preferensi yang sama, 2). Preferensi Tersebar yang diartikan bahwa pelanggan sangat berbeda dalam preferensi mereka dan 3). Preferensi kelompok-kelompok, dimana pasar menunjukkan kelompok preferensi yang berbeda-beda.



Sumber : Pengolahan data primer, 2017

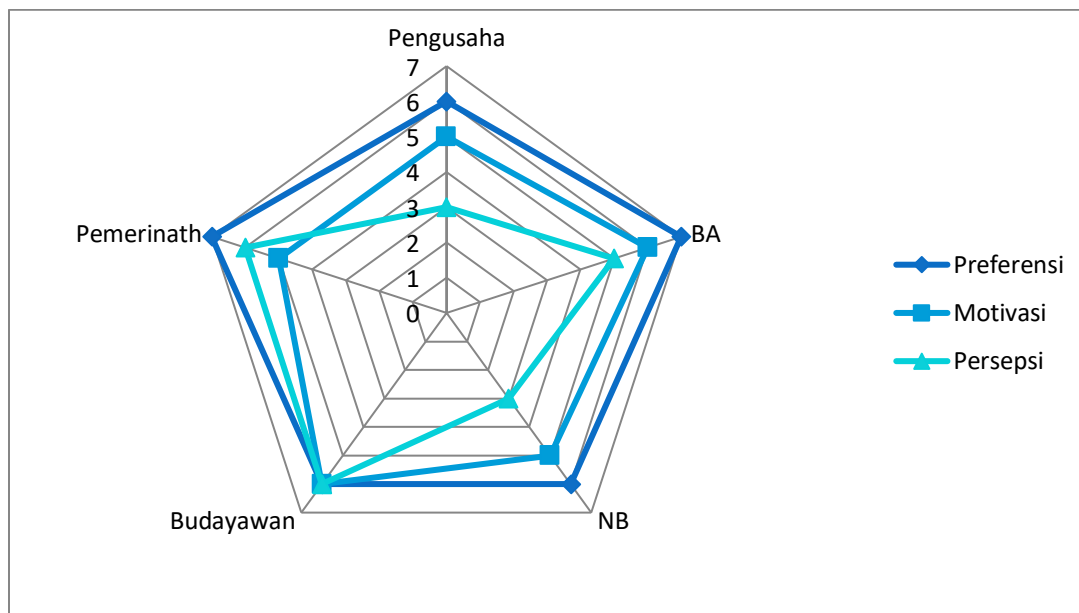
Gambar 31. Diagram Radar Preferensi *Stakeholder*

Pada Diagram Radar Preferensi *Stakeholder* terlihat bahwa Masyarakat Non Betawi dan Pengusaha memiliki nilai preferensi yang sama (*score* 6). Konsistensi ini mengindikasikan bahwa ada hubungan yang sangat erat dan konsisten antara masyarakat secara umum sebagai konsumen pasar kuliner dengan pengusaha kuliner sebagai penyedia jasa kuliner. Sedangkan Masyarakat Betawi Asli dan Pemerintah memiliki preferensi yang tinggi dalam pengembangan Kuliner Tradisional Betawi.

Hasil studi persepsi, motivasi dan preferensi *stakeholder* Kuliner Tradisionnal Betawi menggambarkan bahwa terjadi polarisasi orientasi psikologis *stakeholder* (Gambar

35). Dalam setiap kelompok masyarakat selalu ada benih-benih pertentangan antara individu dan individu, kelompok dan kelompok, individu atau kelompok dengan pemerintah yang berasal dari perbedaan pandangan dan orientasi. Secara sosiologis, konflik diartikan sebagai suatu proses sosial antara dua orang atau lebih (bisa juga kelompok) dimana salah satu pihak berusaha menyingkirkan pihak lain dengan menghancurkan atau membuatnya tidak berdaya. Para peneliti (Gigone & Hestie, 1993; Larson, Foster-Fishman & keys, 1994) menemukan bahwa diskusi dalam kelompok semakin memunculkan ide-ide yang sama. Dalam diskusi itu terjadi saling memberikan informasi yang mendukung pandangan dominan sehingga menimbulkan polarisasi. Selanjutnya, argumentasi yang terjadi dalam diskusi itu menyebabkan dapat diketahuinya posisi setiap orang dalam isu tertentu (Burnstein & Vinokur, 1977). Posisi-posisi itu akan saling mendekati jika tidak ada prasangka antar anggota kelompok sehingga terjadilah polarisasi. Akan tetapi, jika tidak ada saling prasangka, norma kelompok akan terpecah belah sehingga memungkinkan bubarnya kelompok (Thomas & Mc Fadyen, 1995). Polarisasi kelompok juga dapat terjadi karena perbandingan sosial, yaitu menilai pendapat dan kemampuan seseorang dengan cara membandingkannya dengan pendapat dan kemampuan orang lain (Festinger dan Black, 1950).

Keberagaman pola setiap individu dalam kelompok pada setiap kategori *stakeholder* membawa dampak yang besar terhadap arah pengembangan Kuliner Tradisional Betawi. Hal ini dapat terlihat dari pola orientasi stakeholder yang terekam dalam penelitian. Pola persepsi stakeholder terhadap pengembangan Kuliner Tradisional sangat beragam, bahkan jika dilihat secara matematis *range score* yang diberikan sangat besar (3-6). Sedangkan pada pola motivasi dan preferensi *range score* yang diberikan tidak terlalu besar (motivasi; 4-6 dan preferensi 6-7).



Sumber : Pengolahan data primer, 2017

Gambar 32. Diagram Radar Pola Orientasi Psikologis *Stakeholder*

Secara umum terlihat bahwa semua *stakeholder* dengan persepsi dan motivasinya masing-masing memiliki preferensi untuk bersama-sama mengembangkan Ekowisata Kuliner. Para pengusaha memandang bahwa bisnis kuliner secara umum cukup prospektif bahkan secara lebih luas lagi bisnis kuliner memberikan kontribusi yang besar bagi pertumbuhan ekonomi nasional (Ongkoroharjo, 2015; Untari dan Budi, 2014), dimana kontribusi produk makanan, minuman pada penerimaan devisa hingga kuartal III 2014 mencapai USD 1,64 miliar (Kementerian Perindustrian, 2015). Sedangkan masyarakat Betawi dan Budayawan menganggap perlu untuk melestarikan budaya kuliner nenek moyangnya. Disisi lain masyarakat Non Betawi merasa diuntungkan dengan banyaknya variasi kuliner, sebagaimana disampaikan pada penelitian-penelitian sebelumnya bahwa masyarakat sebagai konsumen akan merasa diuntungkan dengan ditawarkannya variasi produk yang beragam (Faradisa, Leonardo dan Maria, 2016; Pattarakitham, 2015; Njaya, 2014). Peran Pemerintah Daerah merupakan hal mutlak yang menjadi tolak ukur berlangsungnya pembangunan di sebuah wilayah, sehingga sudah seharusnya Pemerintah mengotimalkan peranannya dalam pengembangan Pariwisata (Untari, 2016; Ekanayake dan Aubrey, 2012) khususnya Pariwisata yang mengedepankan nilai-nilai kelokalan sebuah daerah. Jika semua unsur mendukung dan sudah siap untuk dikembangkan, maka sangat mudah bagi pemerintah untuk merumuskan kebijakan terkait pengembangan Ekowisata Kuliner Tradisional Betawi.

14. PENUTUP

Kuliner merupakan refleksi dari eksistensi ekologi lingkungan, salah satu peranan dari lingkungan dan sumber daya alam yang terkandung didalamnya adalah sebagai penyedia bahan baku dan bahan tambahan kuliner. Hal ini mengimplikasikan bahwa lingkungan merupakan komponen inti yang berlaku sebagai pemasok dalam sistem produksi kuliner pada sebuah masyarakat. Artinya, tanpa adanya dukungan sumber daya alam dan lingkungan yang berkelanjutan, maka sistem produksi kuliner akan terganggu dan tidak dapat berfungsi dengan optimal. Hal ini menyiratkan bahwa dalam sistem produksi kuliner, nilai sumber daya alam dan lingkungan harus diperlakukan sama, seperti halnya nilai aset yang lain; SDM, mesin, metode, modal dan pemasaran. Permasalahan ketersediaan lahan dan prioritas dalam tata kota Propinsi DKI Jakarta menjadi masalah utama dalam pengembangan Kuliner Tradisional Betawi. Permasalahan lingkungan dan keterbatasan ketersediaan sumber daya alam menggeser eksistensi Kuliner Tradisional Betawi pada sebuah posisi inferior.

Selain keterbatasan sumber bahan pangan, proses introduksi dan diseminasi Kuliner Tradisional Betawi di DKI Jakarta saat ini dapat dikatakan kurang optimal, sehingga potensi variasi kuliner yang ada tidak dapat tereksploitasi dengan baik. Peranan Komunitas Betawi sebagai *native culture agent* dan kinerja pemasar kuliner sebagai *introducer* Kuliner Tradisional Betawi pada pasar kuliner di DKI Jakarta dirasa belum maksimal. Respon yang salah terhadap perkembangan dinamika sosial membawa Masyarakat Betawi pada sikap *xenozentrisme* yang menyebabkan paradoks antara modernisasi dan tradisional. Fenomena serupa terjadi pada pasar kuliner di DKI Jakarta, dinamika pasar membawa pengusaha kuliner pada model kuliner *fussion* sehingga nilai original dari Kuliner Tradisional Betawi mulai luntur dan kehilangan kekhasannya.

Penetrasi Kuliner Tradisional Betawi pada pasar kuliner di DKI Jakarta sangat bergantung pada eksistensi pengusaha dan pengrajin kuliner sebagai pemasok kuliner dan mendistribusikan pada masyarakat. Permasalahan utama yang ditemukan dalam menjaga keberlanjutan pasar Kuliner Tradisional Betawi adalah kurang optimalnya kinerja pemasaran sehingga konsep strategi produk, promosi, layanan, harga dan distribusi masih dijalankan dengan sistem tradisional, sedangkan dilain sisi persaingan kuliner moderen dengan *financial* dan *human capital* yang kuat menawarkan kualitas layanan dan kinerja pemasaran yang jauh lebih besar. Hal ini menjadikan Kuliner Tradisional Betawi kalah bersaing dengan pengusaha dan pemasar kuliner modern.

Pengembangan Ekowisata Kuliner dengan Kuliner Tradisional Betawi sebagai *mind product*, bukan hanya menjadi *domain* satu atau dua pihak saja. Tetapi, pengembangan Kuliner Tradisional Betawi sebagai produk Budaya Betawi yang merefleksikan perjalanan panjang masyarakat asli Jakarta merupakan tanggungjawab semua *stakeholder* dengan segala

tingkatan. Secara empirik saat ini terjadi polarisasi pola orientasi psikologis kelima *stakeholder* pengembangan Ekowisata Kuliner Tradisional Betawi; Pemerintah, Pengusaha, Masyarakat Betawi, Masyarakat Non Betawi dan Budayawan. Setiap *stakeholder* memiliki pola persepsi, motivasi dan preferensi tersendiri, walaupun pada Masyarakat Non Betawi dan Pengusaha terjadi kesamaan pola dengan mengarahkan kutub polarisasi pada arah dan kuantitas tertentu. Tetapi secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa dengan persepsi dan cara pandangnya yang berbeda, mereka semua memiliki preferensi yang tinggi untuk bersama-sama memajukan Ekowisata Kuliner Tradisional Betawi.

Melihat kompleksitas permasalahan yang terjadi pada ranah mikro, maka sangat sulit untuk mengembangkan strategi dengan konsep *Bottom Up*. Terdapat 4 hal mendasar terkait pengembangan Kuliner Tradisional Betawi yang kemudian dalam konsep strategi dikembangkan menjadi misi, yaitu isu Ketahanan Pangan, Politik Budaya, Identitas Regional dan Ekonomi Bisnis. Pengembangan misi strategi Kuliner Tradisional Betawi bermuara pada konsep konservasi Lingkungan Ekologi DKI Jakarta. Sehingga pengembangan Kuliner Tradisional Betawi semaksimal mungkin dapat memberikan dampak positif bagi Lingkungan di DKI Jakarta, sehingga keberlanjutan Kuliner Tradisional Betawi dapat mendukung konsep konservasi terhadap ekologi lingkungan dan lestarnya ekologi lingkungan DKI Jakarta maka akan menjamin keberlanjutan *supply* bahan baku Kuliner Tradisional Betawi.

DAFTAR PUSTAKA

- [ABU] Australian Bureau of Statistics. 2011. Household Expenditure Survey, Australia: Summary of Results, 2009-10. *www.abs.gov.au*
- [Bank Mandiri] Bank Mandiri. 2015. Makanan dan Minuman. 2015. Jakarta [ID]. Industri Update Vol.5, Februari 2015.
- [Badan Informasi Geospasial] Badan Informasi Geospasial. 2014. Indonesia Memiliki 13.466 Pulau yang Terdaftar dan Berkoordinat. Jakarta [ID].
- [Parekraf] Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. 2014. Perkembangan Usaha Restoran/ Rumah Makan Berskala Menengah dan Besar Menurut Provinsi. Jakarta [ID]; Parekraf
- [World Bank] World Bank. 2015. Total population based on the de facto definition of population, which counts all residents regardless of legal status or citizenship. *data.worldbank.org*.
- [USDA] United States Department of Agriculture Economic Research Service. 2014. Food expenditures by families and individuals as a share of disposable personal income. *www.ers.usda.gov*
- Adiah, Indah. 2013. Peran-Peran Wanita Dalam Masyarakat. *Jurnal Academica Fisip Untad*. 05(02). P. 1085-1092.
- Alamsyah, Zeffry. 2011. Tesis, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Jenis Minuman Ringan dan Implikasinya Terhadap Strategi Pemasaran. Bogor [ID]: IPB.
- Allan. Derek. 2009. *Art and the Human Adventure*. Amsterdam -New York [US]: Rodopi B.V.
- Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Jakarta [ID]: Alfabeta.
- Amalia, Betty. 2012. Tesis. Analisis Pengaruh Electronic Word-Of-Mouth Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Agen E-Ticketing Pesawat Terbang. Bogor [ID]: IPB.
- Avenzora, Ricky. 2008. *Ekoturisme Teori dan Praktek*. Banda Aceh [ID]: BRR NAD dan Nias.
- , Dudung Darusman, Joko Prihatno, Dhian Tyas Untari, 2014, The Business Potentials Of Betawi Traditional Culinary On Traditional Culinary Ecotourism Market In The DKI Jakarta, Prosiding International Seminar On Tourism, ISBN 079378649-4, p. 516-523.
- Avianti, Rizky Ramadhini. 2007. Wisata Kuliner Malam di Bandung. *Warta Wisata*. Vol. 9(1). P. 10-20.
- Afrillita, Nur. 2013. Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Sepeda Motor Pada PT Samekarindo Indah Di Samarinda. *eJournal Administrasi Bisnis*. 1 (1). P.56-70
- Alhaddad, Abdullah Awad . 2015. The Effect of Advertising Awareness on Brand Equity in Social Media. *International Journal of e-Education, e-Business, e-Management and e-Learning*. Vol 5 (2). P.73-84.
- Aquino, John Paulo L.; Pedalgo, Charmaine C.; Zafr a, Alfonso Rey N.; and Tuzon, Troy P. 2015. The Preception Of Local Street Food Vendor Of Tanauan City, Batangas On

- Food Safety. *Laguna Journal Of International Tourism and Hospitality Management* . Vol. 3 (1). P. 1-22.
- Adiasih, Priskila. 2015. Persepsi Terhadap Makanan Tradisisonal Jawa Timur Studi Awal Terhadap Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta Di Surabaya. *Jurnal KINERJA*. Vol19 (2). P. 112-125
- Aningtias Jatmika. Memasak Makanan Sendiri Bikin Hidup Lebih Bahagia, Mau Bukti?. *Kompas.com*. Diakses : 24/05/2017, 08:58 WIB
- Almerico, G M. 2014. Food and identity: Food studies, cultural, and personal identity. *Journal of International Business and Cultural Studies*. Vol 8. P. 1-7
- Ballesco, Warren. 2006. *Meals To Come; A History Of The Future Of Food*. California [US]: The Regents of the University of California.
- Bintarto. 1980. *Gotong Royong; Suatu Karakteristik Bangsa Indonesia* PT. BinaIlmu; Surabaya
- Barkun, Scott. 2005. *The Art of Project Management*. USA[US]: O'Reilly Media Inc.
- Bambang, Hidayat. 2013. *Penerapan Teknologi Informasi Untuk Menunjang Pariwisata, Buku Panduan Seminar Nasional Ekowisata*. Malang[ID]: Universitas Widyagama Malang.
- Budiasa, I Gusti. Putu Ngurah. 2011. Pertimbangan Wisatawan Melakukan Makan Malam di Luar Hotel. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*. ISSN: 1412-5498, Vol.10. No. 2
- Barry, J. 2007. *Environment and Social Theory*. Routledge. London.
- Buhalis, Dimitrios dan Costa, Carlos. 2006. *Tourism Business Frontiers Consumers, products and industry*, Oxford [US]: Linacre House, Jordan Hill.
- Boyd, W. Harper. Jr, Orville C. Jr dan Jean-Claude Larreche. 2000. *Manajemen. Pemasaran: Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global*. Jakarta[ID]: Erlangga.
- Bauto, Laode Monto. 2014. Perspektif Agama Dan Kebudayaan Dalam Kehidupan Masyarakat Indonesia (Suatu Tinjauan Sosiologi Agama). *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*. 23(2). P. 11-25.
- Christopher Richie Rahardjo. 2016. Faktor Yang Menjadi Preferensi Konsumen Dalam Membeli Produk Frozen Food. *Jurnal Manajemen dan StartUp Bisnis*. Volume 1, Nomor 1, April 2016. P12-23
- Carrigan, Marylyn. Ahmad Attalla. (2001). The myth of the ethical consumer - do ethics matter in purchase behaviour?. *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 18 Iss: 7 pp. 560 – 578. <http://dx.doi.org/10.1108/07363760110410263>.
- Cecily, Mason. Tanya, Castleman, Craig, Parker. 2008. Communities of enterprise: developing regional SMEs in the knowledge economy. *Journal of Enterprise Information Management*. Vol. 21 Issue: 6. pp.571-584. doi: 10.1108/17410390810911186.
- Chukuezi, Comfort O. 2010. Food Safety and Hyienic Practices of Street Food Vendors in Owerri, Nigeria. *Studies in Sociology of Science* Vol. 1(1). P. 50-57.
- Chandra, Gregorius. 2002. *Strategi Program Pemasaran*. Jokjakarta[ID]: ANDI.
- Cohen, Erik dan Avieli, Nir. 2004. Food In Tourism; Attraction and Impediment, *Annals of Tourism Research*. Vol. 31. No.4. pp 755-788.

- Craith, Mairead Nic. Ullrich Kockel. Reinhard Johler. 2008. *Everyday Culture in Europe Approaches and Methodologies*. Burlington [US]: Ashgate Publishing Company.
- Direktorat Jendral Departemen PU Tahun 2006, *Ruang Terbuka Hijau Sebagai Unsur Utama Tata Ruang Kota*.
- David, Fred. 2005. *Manajemen Strategik*. Jakarta[ID]: Salemba Empat.
- Damanik Janianton dan Weber Helmut F. 2006. *Perencanaan Ekowisata Dari Teori ke Aplikasi*. Yogyakarta[ID]: Pusat Studi Pariwisata (PUSPAR) UGM dan Penerbit ANDI.
- Du Rand, Gerrie E. Ernie Heath dan Nic Alberts. 2003. *The Role Of Local Region Food in Destination Marketing; A South Africa Situation Analysis*. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. Volume 14. P. 97 – 112.
- Dittmer, Paul R dan Keefe, J. Desmond. 2009. *Principles Of Food, Beverage And Labor Cost Control*. Ninth Edition. New Jersey[US]: John Wiley & Sons, Inc., Hoboken.
- Dirgantara, Ahmad Rimba. 2012. *Analisis Tourism Distribution Channels Di Indonesia*, academia.edu.
- Dijkstra, Tjalling . Matthew Meulenberg. Aad van Tilburg. 2001. *Applying Marketing Channel Theory to Food Marketing in Developing Countries: Vertical Disintegration Model for Horticultural Marketing Channels in Kenya*. *Agribusiness*, Vol. 17 (2) 227–241. P. 227-241.
- Eng, Pterre var der. 1996. *Agriculture Growth in Indonesia; Productivity Change and Policy Impact since 1888*. London[UK]: Macmillan Press LTD.
- Ekanayake E. M. Aubrey E, Long. 2012. *Tourism Development And Economic Growth In Developing Countries*. *The International Journal of Business and Finance Research*. Vol 6 (1). P. 51-63.
- Festinger, L., Schachter, S. dan Black, K. 1950. *Social Pressures in Informal Groups*. New York: Harper & Row.
- Firdaus, Azhar. 2012. *RUANG TERBUKA HIJAU (RTH) STUDI KASUS PEMANFAATAN LAHAN KAMPUS I UIN SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA TERHADAP KEPENTINGAN EKONOMI*. Tesis. UI; Jakarta.
- Faradisa, Isti. Leonardo Budi. Maria M Minarsih. (2016). *Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Indonesian Coffeeshop Semarang (ICOS CAFE)*. *Journal Of Management*. Vol. 2 (2). P. 39-47.
- Frochot, Isabelle. 2003. *An Analysis of Regional Positioning and Its Associated Food Images in French Tourism Regional Brochures*. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. Volume 14. P 77 – 96.
- Frewer, Lynn dan Trijp, Hans van. 2007. *Understanding Consumers of Food Product*. Cambridge[UK]: Woodhead Publishing Limited, Abington Hall.
- Fintay, Robert. 2010. *The Pilgrim Art; Cultures of Porcelain in World Histor*. London[UK]: University of California Press, ltd.
- Fitriyani, Annisa. Suryadi, Karim. Syam, Syaifullah. 2015. *Peranan Keluarga Dalam Mengembangkan Nilai Budaya Sunda (Studi Deskriptif terhadap Keluarga Sunda di Komplek Perum Riung Bandung)*. *Jurnal Sosieta*. 5(2). P. 121-130

- Fok, Dennis. Richard Paap. Philip Hans Franses. 2003. Modeling Dynamic Effects of the Marketing Mix on Market Shares. Netherlands: Erasmus Universiteit Rotterdam.
- Gunn, Clare A. 1994. Tourism Planning, Basic, Concepts, Case. Third Edition. Washington[US]:Taylor & Francis.
- Gigino, D. and Hastie, R. (1993). The Common Knowledge Effect: Information Sharing and Group Judgement. *Journal of Personality and Social Psychology*, 65. P.959-974.
- Higham, J.E.S. 2007. Critical issues in Ecotourism: Understanding a complex tourism phenomenon. Oxford[UK]: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Hashimoto, Atsuko dan David, J Telfer. 2003. Positioning an Emerging Wine Route in The Negeria Region; Understanding The Wine Tourism Market and Its Implication For Market. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. Volume 14. P 61-76.
- Hakim, Luchman. 2013. Inovasi Pengembangan Destinasi Wisata. Buku Panduan Seminar Nasional Ekowisata. Malang[ID]: Universitas Widyagama.
- Heimstra, N.W., dan McFarling, L., 1974. *Environmental Psychology*. Wadsworth. California
- Hai, Thi Thanh. Tran. 2015. Challenges of Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs) In Vietnam during the Process of Integration into the ASEAN Economic Community (AEC). *International Journal of Accounting and Financial Reporting*, Vol. 5, No. 2. P.133- 143. <http://dx.doi.org/10.5296/ijafr.v5i2.8298>.
- Helmi, Avan Fadila. 1999. Beberapa Teori Psikologi Lingkungan. *Buletin Psikologi*. 7(2). P.7-19.
- Hasibuan, 2010, PT BHP Biliton Indonesia: Kompensasi Tidak Menjamin Karyawan Akan Loyal, Organisasi dan motivasi kerja, Diakses 18 Februari 2014.
- Hilalliaty, Alfahri Sandi. 2014. Perjanjian Antara Sunda Dan Portugis Tahun 1522. Skripsi. Universitas Indonesia.
- Haleegoah, Joyce. Guido Ruivenkamp. George Essegbey. Godfred Frempong. Joost Jongerden. (2015). Street-Vended Local Food Systems Actors Perceptions on Safety in Urban Ghana: The Case of Hausa Koko, Waakye and Ga Kenkey. *Advances in Applied Sociology*. Vol 5. P.134-145. <http://dx.doi.org/10.4236/aasoci.2015.54013>
- Herwandi. 2007. Peranan Ilmu-Ilmu Budaya Dalam Strategi pengembangan Budaya Nasional. *Humaniora*. 19(3). P.302-308
- Jones, Michael B. John Finnan. Trevor R, Hodkinson. 2015. Morphological and physiological traits for higher biomass production in perennial rhizomatous grasses grown on marginal land. *GCB Bioenergy* Volume 7, Issue 2. P. 375-385.
- Kastaman, R. 2003. Kajian Teknis Budidaya dan Manajemen Produksi Pengolahan Minyak Nilam di Beberapa Sentra Nilam Jawa Barat, Laporan Kegiatan Pengabdian Masyarakat Universitas Padjadjaran Bandung.
- Koentjaraningrat, 1996, Tourism and Heritage Management, Proceeding of the International Conference on Tourism and Heritage Management (ICCT 1996), Yogyakarta, Indonesia.
- , 1985, Manusia dan kebudayaan di Indonesia, Djambatan, Jakarta.

- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller.(2009). Marketing Management. New Jersey[US]:Pearson. International Edition.
- Kotler, Philip. Amstrong, Garry. 1996.*Principle of Marketing*. Ninth Edition. Prentice Hall. Inc Upper Saddle River; New Jersey[NJ]
- Komaruddin. 1994. *Ensiklopedia Manajemen*. Bandung: Alumni.
- Kannammal, G. Suvakkin, M. 2016. Emerging Marketing Strategies of Fast Food Industry in India. National Conference On Emerging Business Strategies in Economic Development—Special issue. P.52-67
- Krisnansari, Diah. 2010. Nutrisi dan Gizi Buruk, Mandala of Health. Volume 4, Nomor 1, Januari 2010.
- Krisztina Rita Dörnyei, Athanasios Krystallis, Polymeros Chrysochou, (2017) "The impact of product assortment size and attribute quantity on information searches", Journal of Consumer Marketing, Vol. 34 Issue: 3, doi: 10.1108/JCM-10-2015-1594.
- Kim, Y.J., & Hancer, Murat. (2010). The Effect of Knowledge Management Resource Inputs On Organizational Effectiveness in the Restaurant Industry. Journal of Hospitality and Tourism Technology. Vol, 1 (2). P.174-189.
- Kementerian Perindustrian (2015, January). Industri mamin favorit investor, kontribusi ke PDB nonmigas, 40%. Jawa Pos. Retrieved Juni 20, 2015, from; <http://www.jawapos.com/baca/artikel/12183/industri-mamin-favorit-investorkontribusi-ke-pdb-nonmigas-40-persen>.
- Kuncoro, Engkos Achmad. 2010. Analisis Perumusan Strategi Bisnis Pada PT Samudra Nusantara Logistindo. Binus Business Review. Vol.1 (1). P. 169-184.
- Lomine Loykie and James Edmunds.2007. Key Concept in Tourism. New York[US]: Palgrave Macmillan.
- Larson, J. R.J., Foster-Fishman, P.G. dan Keys, C.B. 1994. Discussion of Shared and Unshared Information in Decision Making Groups. Journal of Personality And Social Psychology. Vol. 6(7). P.446- 461.
- Marten, G Gerald. 2001. Human Ecology; Basic Concepts for Sustainable Development, England [UK]: Earthscan.
- McCarthy, E. Jerome dan Perreault, William D. 1990, Basic Marketing: Managerial Approach, 10th Edition. Virginia[US]: Irwin.
- McKercher, Bob and Hilary du Cros. 2002. Cultural Tourism; The Partnership Between Tourism and Culture Heritage Management. New York[US]: The Haworth Hospitality Press.
- Mason, Peter. 2003. Tourism Impacts, Planning and Management. Oxford[UK]: Butterworth-Heinemann, Jordan Hill.
- Mestika, M,D, Setyadi dan Putu Desi Apriliani. 2013. Analisis faktor-faktor yang Mempengaruhi Kebertahanan Pedagang Kuliner tradisional di Kabupaten Klungkung. Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan. Vol. 6 No. 2 AGUSTUS 2013. p 119-127.
- Njaya, Tavonga. (2014). Operations Of Street Food Vendors And Their Impact On Sustainable Urban Life In High Density Suburbs Of Harare, In Zimbabwe. Asian Journal of Economic Modelling. Vol. 2(1). P.18-31.

- Mufidah, N L. (2012). Pola Konsumsi Masyarakat Perkotaan (Studi Deskriptif Pemanfaatan Foodcourt. *BioKultur*, 1 (2). P. 157-178
- Mestika, Made Dwi Setyadi. Apriliani, Putu Dewi. 2013. Analisis faktor-faktor yang Mempengaruhi Kebertahanan Pedagang Kuliner tradisional di Kabupaten Klungkung. *JEKT*. 6 [2] : 118 - 127
- Miller, Jr. G. T. 1982. *Living in The Environment*. Wadsworth Publishing Company. California.
- Nuary, Nizar Sapta. 2016. Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Analisis SWOT Pada PT Super Sukses Motor Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*. 2(1). P.30 – 42
- Neil, John and Stephen Wearing. 1999. *Ecotourism: Impacts, Potentials and Possibilities?*. Second Edition. Oxford[US]: Butterworth-Heinemann, Jordan Hill.
- Nugroho, Iwan, 2011, *Ekowisata dan Pembangunan Berkelanjutan*. Yogyakarta[ID]: Pustaka Pelajar.
- Novalina, Lifska. 2008. Penanan Promosi Wisata di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Bandung Dalam Meningkatkan Motivasi Wisatawan Terhadap Kota Bandung Dan Sekitarnya. Tugas Akhir. Bandung: Universitas Widyatama,.
- Octaria, Abrilianty. 2007. *Kuliner Dari Tanah Kerajaan Surga*. Warta Wisata. Maret 2007 Vol. 9 No. 1. P. 15-19.
- Ongkorahardjo, Evan Pramono. 2015. Formulasi Strategi Usaha Makanan Ringan Tradisional Ny. Gan Di Surabaya. *Jurnal Agora*. Vol 3 (2). P.665- 675.
- Okech, Roselyne N. (2014). *Developing Culinary Tourism: The Role of Food as a Cultural Heritage in Kenya*. Proceedings of the Second International Conference on Global Business, Economics, Finance and Social Sciences (GB14Chennai Conference). P.1-16.
- Ojukwu, CC. Ezenandu, PE. 2012. A Paradigm Shift from Tradition to Modernity in Nollywood's Projection of African Narratives. *Global Journal of Human Social Science*. 12(5). P.21-26.
- Ola, Adeyi Emmanuel. 2015. Perspectives on the Impact of Modern Society on the Indigenous/Traditional Society of Nigeria. *IOSR Journal Of Humanities And Social Science* 20(4). P.67-74.
- Puspita, Ira. Ibrahim, Linda. Hartono, Djoko. 2016. Pengaruh Perilaku Masyarakat Yang Bermukim DI Kawasan Bantaran Sungai Terhadap Penurunan Kualitas Air Sungai Karang Anyar Kota Tarakan *JMDN*. 23(2). P.249-258
- Purnaweni, Hartuti. 2014. KEBIJAKAN PENGELOLAAN LINGKUNGAN DI KAWASAN KENDENG UTARA PROVINSI JAWA TENGAH. *JURNAL ILMU LINGKUNGAN*. 12 (1). P.53-65
- Pilato, Manuela. Hugues Séraphin. Anca C. Yallop. (2016). Exploring the potential of street food as a sustainable livelihood tourism strategy for developing destinations. Prosiding. 6th Australasian Business Ethics Network. University of Sydney Business School.
- Pattarakitham, Amornrat. (2015). The Influence of Customer Interaction, Variety, and Convenience on Customer Satisfaction and Revisit Intention: A Study of

- Shopping Mall in Bangkok. *Journal of Economics, Business and Management*, Vol.3(11). P.1072-1075. DOI: 10.7763/JOEBM.2015.V3.336
- Parry ML, C Rosenzweig, Alglesias, MLivermore, GFischer. 2004. Effects of climate change on global food production under SREmissions and socio-economic scenarios. *Global Environmental Change* 14. Elsevier Ltd. P. 53–67.
- Parma, I Putu Gede, 2012. Tesis. Formulasi Strategi Pengembangan Masakan Lokal Sebagai Produk Wisata Kuliner di Kabupaten Buleleng. Denpasar[ID]: Universitas Udayana.
- Primadona ,Henny. 2012. Tesis, Analisis Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian dan Peningkatan Penjualan dari Beberapa Produk Pakaian dan Asesoris. Bogor[ID]: IPB.
- Puspitasari, Kartika. 2008. Tesis, Analysis of Customer Satisfaction and Loyalty at Nasi Bebek Ginyo Restaurant in Jakarta. *Bogor[ID]:IPB*.
- Rais, Sri Astuti. 2004. Eksplorasi Plasma Nutfah Tanaman Pangan di Provinsi Kalimantan Barat, *Buletin Plasma Nutfah*. Vol.10 No.1 Th.2004 .
- Retnowati, et al. 2010. Modifikasi Pati Ketela Pohon Secara Kimia dengan Oleoresin dari Minyak Jahe, *Jurnal Rekayasa Proses*. Vol. 4. No. 1, 2010
- Reilly Tom, 2010. Value Added Selling; How to sell more prifiTabel, confidently and profesional by competing on value, 3ed Edition. United State of America[US]: Mc Graw Hill.
- Rini, Istifa. 2012. Tesis. Analysis of Consumer Perception and Willingness to Pay for Wagy Steak Product. Bogor[ID]: IPB.
- Roostika, Ratna. 2012. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Produk Cindera Mata terhadap Kepuasan Wisatawan Domestik di Yogyakarta. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi* Volume 1, Nomor 3. Desember 2012. p. 104 – 116.
- Sabudi, I Nyoman, Sukana, 2011. Klasifikasi Makanan Tradisional Bali di Perhotelan. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*. ISSN: 1412-5498. Vol.10. No.2
- Sari, S Endang. 2012. Audience Research Pengantar Studi Penelitian Terhadap Pembaca, Pendengar dan Pemirsa. *Jakarta [ID]: Andi Offset*.
- Saputra, Bayu. Riza Linda. Irwan Lovadi. 2015. Jamur Mikoriza Vesikular Arbuskular (MVA) pada Tiga Jenis Tanah Rhizosfer Tanaman Pisang Nipah (*Musa paradisiaca* L. var. nipah) Di Kabupaten Pontianak. *Jurnal Protobiont*. Vol.4(1). P.160-169
- Secapramana, Verina H. 2000. Model Dalam Strategi Penetapan Harga. *Unitas* Vol. 9 No.1, September 2000 - Pebruari 2001. P.30-43.
- Sediaoetama, Achmad Djaeni. 2004. Ilmu Gizi untuk mahasiswa dan profesi. Edisi kelima, Jakarta[ID]: Dian Rakyat.
- Soedjatmoko. 1986. Dimensi Manusia dalam Pembangunan: Pilihan Karangan. Jakarta: LP3ES .
- Simelton, Elisabeth. Evan D, G, Fraser. Mette Termansen. Tim G Benton. Simon N Gosling. Andrew South. Nigel W Arnell. Andrew J Challinor. Andrew J Dougill. Piers M Forster. 2010. Climate change and the socioeconomics of global food production: A quantitative analysis of how socioeconomic factors influence the vulnerability of grain

- crops to drought. Centre for Climate Change Economics and Policy Working Paper No. 29. University of Leeds and the London School of Economics and Political Science.
- Sumaryati, Enny. 2013. Wisata Kuliner Makanan Tradisional Sebagai Penunjang Desa Ekowisata. Buku Panduan Seminar Nasional Ekowisata. Universitas Widyagama Malang, 12 Nopember 2013.
- Susanti, Erna. 2014. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Customer Satisfaction pada Restoran-Restoran di Surabaya. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya. Vol.3 Vol.1. p. 1-12.
- Sutanto, Eddy Madiono. Patty, Ferdian Mario. 2014. Persepsi Akan Gaji, Motivasi Dan Kinerja karyawan PT Amita Bara Sejahtera. Journal of Business and Banking. 4(1). P. 1 – 14
- Suhartin. 2012. Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Pada Perusahaan. Jurnal MATRIK. 12 (2). P. 1-7
- Sukerti, Ni Wayan. Marsiti, Cok Istri, Suriani, Ni Made. 2016. Reinventarisasi Makanan Tradisional Buleleng Sebagai Upaya Pelestarian Seni Kuliner Bali. Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora. 5(1). P. 744-753
- Schiffman, Leon G. Kanuk, Lesli Lazar. 2000. *Consumer Behavior*, 7th Edition. Prentice Hall Inc. Upper Saddle River; New Jersey [NJ]
- Saputra, Rico. Samuel, H. 2013. Analisa Pengaruh Motivasi, Persepsi, Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Xenia di Sidoarjo. JMP. Vol. 1(1)1. P.1-12
- Sulaiman, Ruhaizan. Salleh, Ilham Nazahiah. 2010. Pemuliharaan Makanan Tradisional Masyarakat Bugis di kalangan generasi Muda di Daerah Pontian, Johor. Malaysia.
- Sutami, Wahyu Dwi. 2012. Strategi Rasional Pedagang Pasar Tradisional. Bio Kultur. Vol 1 No.2. p. 127-148.
- Saleh, Ismail. 2012. Tesis. Sustainable Culinary Tourism in Puncak Bogor. Bogor[ID]: IPB.
- Sexton, Don. 2006. *Marketing 101*. Jakarta[ID]: PT. Bhuana Ilmu.
- Suharti. Siti, P. Suwarjo. 2015. Peranan Lansia Dalam Pelestarian Budaya. Jurnal Penelitian Humaniora. Vol. 20. P.49-62.
- Shallu. Sangeeta Gupta. 2015. Impact of Promotional Activities on Consumer Buying Behavior: A Study of Cosmetic Industry. International Journal of Commerce, Business and Management (IJCBM). Vol. 2 (6). P. 379-385.
- Sharif, Mohd. Shazali Md. Mohd. Salehuddin Mohd. Zahari. Samsul Bahari Bahrin. Noriza Ishak. Rosmaliza Muhammad. Hannita Mohd. Salleh. Norazmir Md. Nor. (2012). Traditional Food Knowledge (TFK) In Malay Festival Food. Proceedings of the 2nd. International Conference on Arts, Social Sciences & Technology Penang, Malaysia. P.1-8. [accessed May 5, 2017].
- Sancoko, Aldo Hardi. (2015). Strategi Pengembangan Bisnis Makanan Dan Minuman Pada Depot Time To Eat Surabaya. AGORA. Vol. 3 (1). P.185-194.
- Sunaryo, Rony. Sewarno, Nindy. Ikaputra, Ikaputra. Setiawan, Bakti. 2014.

- Pengaruh Kolonialisme Pada Morfologi Ruang Kota Jawa Periode 1600-1942. Seminar Nasional Riset Arsitektur dan Perencanaan, At Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia, Vol.3.
- Sudrajat, Ajat Sudrajat. 2014. Nilai-Nilai Budaya Gotong Royong Etnik Betawi Sebagai Sumber Pembelajaran IPS. Disertasi. UPI; Bandung
- Tjandrasasmita, Uka. 1977. Sejarah Jakarta dari Zaman Prasejarah sampai Batavia tahun 1750. Jakarta: Dinas Museum dan Sejarah DKI Jakarta.
- Theodoras, Dimitrios. 2009. Customer Service Strategy and Segmentation in Food Retailing using the Importance-Performance Paradigm. Supply Chain Forum An International Journal 10 (2). P.64-77
- Thomas, J.P. McFadyen, R.G. 1995. *The Confidence Heuristics: A Game Theoretic Analysis*. Journal of Economic Psychology, 16(1). P.13-22.
- Tsiotsou, R., Vasilioti, E. 2006. Satisfaction: A segmentation criterion for “short term” visitors of mountainous destinations. Journal of Travel and Tourism Marketing, 20(1), 61–73.
- Tjiptono, et al. 2008. Pemasaran Strategi. Jakarta [ID]: ANDI.
- Tonfoni, Graziella dan Jain, Lakhmi. 2003. The Art and Science of Documentation Management. England [UK]: Paperback.
- Untari, Dhian Tyas. Budi Satria. 2014. Strategi Pemasaran “Laksa Tangerang” Sebagai Salah Satu Produk Wisata Kuliner Di Tangerang. Jurnal Manajemen. Vol.10 (2). P.49-64.
- Untari, Dhian Tyas. Ricky Avenzora. Dudung Darusman. Joko Prihatno. 2014. Pengembangan Ekowisata Kuliner Sebagai Tantangan Bagi Pengembangan Sektor Pariwisata Di Indonesia. Prosiding Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan Usahid, P.54-64.
- Untari. Dhian Tyas. 2012. Peningkatan Sektor Pertanian Melalui Kegiatan Wisata. Prosiding Lokakarya dan Seminar Nasional FKPTPI. Bogor.
- Untari, D T. Maria W. Dhona S, Novita D P. 2013. Strategi Pemasaran Sebagai Usaha Mengembangkan Ekowisata Regional (Studi Kasus pada objek wisata Goa Pindul). Prosiding Seminar Nasional FMI5. Pontianak.
- Wahab, Salah. 1989. Manajemen Kepariwisata. Jakarta [ID]: PT Pradnya Paramita.
- Warpani, Suwardjoko P. dan Warpani, Indira P. 2007. Pariwisata dalam Tata Ruang Wilayah. Bandung [ID]: ITB.
- Waller, Keith. 1996. Improving Food and Beverage Performance. Oxford [UK]: Butterworth-Heinemann, Jordan Hill.
- Warner, Keith Douglass. 2007. Agroecology in Action Extending Alternative Agriculture through Social Networks. England [UK]: The MIT Press.
- Widodo, Tri. 2006. Perencanaan Pembangunan; Aplikasi Komputer (Era Otonomi Daerah). Yogyakarta [ID]: UPP STIM YKPN.
- William, Peter W dan Karim B, Dossa. 2003. Non-Resident Wine Tourist Markets: Implications for British Columbia’s Emerging Wine Tourism Industry. Journal of Travel & Tourism Marketing. Volume 14. P 1-34.
- Winarti, Sri. 2006. Minuman Kesehatan. Surabaya [ID]: Trubus Agrisarana.

- World Bank. (2013). *Urban agriculture findings from four city case studies* (Information series No. 18). Washington DC, USA: The World Bank.
- Wahyuni, Dewi Urip. 2008. Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek "Honda" di Kawasan Surabaya Barat. JMK. 10(1). P. 30-37
- Widyastri AR, WA. Faisal, B. Soeriaatmadja. Agus. 2012. Kebutuhan Ruang Terbuka Hijau Kota pada Kawasan Padat, Studi Kasus di Wilayah Tegallega, Bandung. Jurnal Lingkungan Binaan Indonesia. Vol.1(1). P.27-31
- Vellas, Francois dan Becherel, Lionel. 2008. Pemasaran Pariwisata Internasional; Sebuah Pendekatan Strategis. Jakarta[ID]: Yayasan Obor Indonesia.
- Veitch, R. & Arkkelin, D., 1995. Environmental Psychology: An Interdisciplinary Perspective. New Jersey: Prentices Hall.
- Yuliati, Uci. 2011. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pembelian Makanan Jajan Tradisional Di Kota Malang. Jurnal Manajemen Bisnis. Vol.1 (01). P.7-20.
- Yongliang S. Rusong W. Lingyun F. Jingsheng L. dan Dongfeng Y. 2010. Analysis on Land Use Change and its Demographic Factor in The Originan Stream Watershed of Tarim River Based on GIS and Statistic. Procedia Environmental Sciences 2. P. 175-184.